

Извештај за задачите што треба да се развијат за подобрување на вештините и професионалните личности преку стручно образование и обука

ДЕЛ 2.4 – РП2



Co-funded by the
European Union

ЕАСЕА – Еразмус+ Градење капацитети во стручното образование и обука, бр. 101092478 — VIRTU.AL

Поддршката од Европската комисија за производство на оваа публикација не претставува одобрување на содржината, која ги одразува само ставовите на авторите, а Комисијата не може да се смета за одговорна за каква било употреба што може да се направи на информациите содржани во неа.

Индекс

1.	3	3
1.1.	3	3
1.2.	10	9
1.3.	12	10
1.4.	14	11
2.	17	14
2.1	17	14
2.1.1.	17	14
2.1.2.	19	16
2.1.3.	21	17
2.1.4.	24	20
2.2	27	23
2.2.1.	29	25
2.3	45	38
2.3.1.	47	39
3.	63	54
4.	64	55
4.1	64	55
4.1.1.	64	55
4.1.2.	64	55
4.1.3.	68	58
4.1.4.	70	60
4.1.5.	72	61
4.1.6.	72	62
4.1.7.	74	63
4.2	78	66
4.2.1.	78	66
4.2.2.	81	69
4.2.3.	82	70
4.2.4.	84	72
4.2.5.	88	76
5.	1	1
6.	2	2
7.	4	4

1. Некои туристички податоци во земјите-партнери

1.1. Туристичката инфраструктура и нејзиното влијание врз економијата

Бројот на достапни места за сместување во хотелите и слични туристички сместувачки капацитети е една мерка за капацитетот на земјата да привлече туристи. Во 2021 година, во Албанија има 85.000 места за сместување, 24.000 во Северна Македонија и 12.000 во Косово.

Капацитетот на кревети во Албанија се зголеми за речиси 5 пати или 362% од 6,5 во 2011 година на 30,2 во 2021 година. Така, од речиси најнизок капацитет на кревети во однос на населението во 2011 година, Албанија имаше втор највисок капацитет меѓу овие земји (и во однос на населението и во апсолутни бројки) во 2021 година. Покрај зголемениот интерес за Албанија како туристичка дестинација, ова очигледно зголемување ги одразува напорите на владата за формализирање на економијата и стимулирање на секторот за туристичко сместување. Реформата на данокот на додадена вредност во ноември 2017 година ја намали стапката на ДДВ што се применува на услугите за туристичко сместување од стандардната стапка на ДДВ од 20% на 6%. Меѓутоа, за да се искористи намалената стапка, услугите за туристичко сместување мораа да бидат регистрирани во посебни компании без други економски активности. Прагот за задолжителна регистрација за ДДВ беше исто така намален од 5 милиони леки на 2 милиони леки промет по календарска година. Како резултат на тоа, многу кревети што претходно не беа опфатени со статистиката беа регистрирани од 2018 година, создавајќи прекин во временската серија.

За споредба, релативниот капацитет во ЕУ се зголеми за 5% од 25,8 на 27,1 во истиот период.

Bed places in hotels and similar accommodation establishments, 2011-2021

(thousands)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
EU (*)	11 369	11 481	11 556	11 643	11 796	11 841	11 975	12 140	12 324	11 886	12 118
Bosnia and Herzegovina (*)	24	21	24	26	27	31	33	34	36	28	33
Montenegro (*)	41	35	:	:	:	36	36	36	37	:	:
North Macedonia	14	15	16	17	18	20	21	23	24	24	24
Albania (*)	19	16	11	14	15	:	:	69	78	82	85
Serbia	:	51	56	54	:	:	:	53	:	:	53
Türkiye	:	:	749	805	:	1 240	1 433	1 477	1 529	1 588	1 677
Kosovo* (*)	:	:	:	:	:	11	11	11	12	12	12

* This designation is without prejudice to positions on status, and is in line with UNSCR 1244/1999 and the ICJ Opinion on the Kosovo Declaration of Independence

(:) not available

(*) 2018, 2020: estimates.

(*) Data supplied by and under the responsibility of the national statistical authorities.

(*) 2011: low reliability.

Source: Eurostat (online data code: tour_cap_nat) and Eurostat data collection

eurostat 

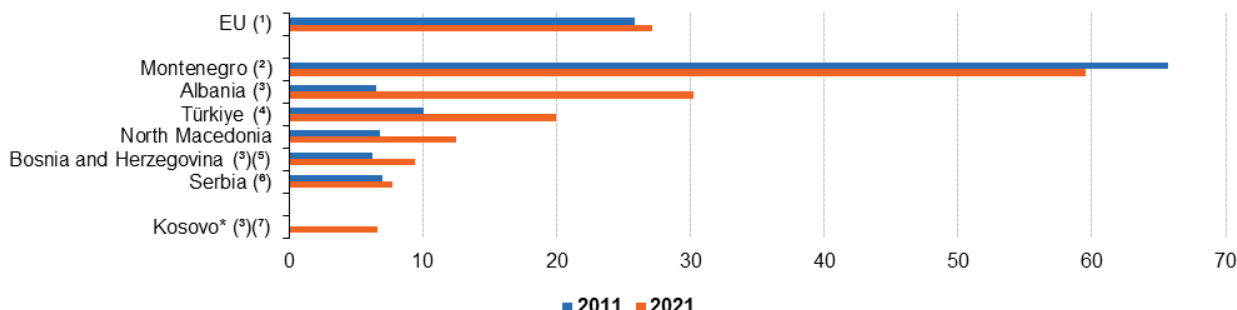
Бројот на кревети на илјада жители, во периодот 2011-2021 година, порасна особено во Албанија и Северна Македонија.

За Косово, податоците за бројот на достапни кревети во туристичките сместувачки капацитети се достапни од 2016 година па наваму. Ова беа најниските бројки регистрирани во земјите од Западен Балкан во периодот 2016-2021 година. Како резултат на тоа, релативно умерените промени во апсолутниот број на кревети се одразија во големи осцилации во индексот, кој се базира на 2016 година за Косово (2016 = 100,0). Индексот

беше на исто ниво во 2017 година, а потоа падна на годишно ниво за околу 3 поени од 2017 до 2018 година, пред да се зголеми за 8 поени следната година. Потоа нивото се израмни и остана непроменето во 2020 година пред да се зголеми за речиси 3 поени во 2021 година.

Bed place capacity in hotels and similar establishments, 2011 and 2021

(bed places per thousand inhabitants)



* This designation is without prejudice to positions on status, and is in line with UNSCR 1244/1999 and the ICJ Opinion on the Kosovo Declaration of Independence

Note: countries are ranked based on 2021 data

(1) Population: 2021 estimates.

(2) Bed places: 2011: low reliability. 2019 data instead of 2021.

(3) Bed places: data supplied by and under the responsibility of the national statistical authorities.

(4) Bed places: 2013 data instead of 2011.

(5) Population: 2018 data instead of 2021. 2021: provisional.

(6) Bed places: 2012 data instead of 2011.

(7) 2011 data not available. Population: 2020 data instead of 2021. 2021: estimates.

Sources: Eurostat (online data codes: tour_cap_nat and demo_gind) and Eurostat data collection

eurostat

Во текот на изминатите децении, туризмот доживеа континуиран раст и продлабочување на диверзификацијата, станувајќи еден од најбрзо растечките економски сектори во светот (UNWTO, 2019). Во последните дваесет години, тој брзо растеше и во балканскиот регион, растејќи од помалку од 4 милиони странски посетители во 1999 година на повеќе од 27 во 2018 година.

Климата на несигурност предизвикана од конфликтите (најнеодамна произлезени од распадот на Југославија помеѓу 1991 и 2001 година) го одложи бумот на масовниот туризам што другите медитерански земји го уживаа од 1970-тите.

Поради тоа што регионот е „неоткриен“ и „непознат“, денес целиот балкански регион поминува низ златно доба на раст на туризмот. Зголемената важност на туризмот во економската структура на балканските земји е неоспорна. „Lonely Planet“ – колосот на туристички водичи – ја награди Албанија со наградата за најдобра дестинација за 2011 година.

За да се споредат земјите од Западен Балкан, табелата погоре вклучува „Индекс на раст на туризмот 2017/2027“ во последниот ред. Овој индекс е пресметан според податоците вклучени од Светскиот совет за патување и туризам (WTTC) во неговите годишни извештаи за земјите. Просечниот раст за овој временски период е 35%, при што Хрватска, Црна Гора и Србија се над просекот, а Албанија малку под просекот, по што следат Република Северна Македонија и Босна и Херцеговина. Овие стапки на раст на туризмот потврдуваат дека

целиот регион станал важна меѓународна туристичка дестинација во последните две децении. Важноста на туристичкиот сектор се потврдува и со неговиот придонес кон националниот БДП.

Меѓународни туристички пристигнувања (во милиони годишно)

ГОДИНА	АЛБ	ПАРЧЕ	МКД
1990 година	0,03	Н/А	0,562
1999 година	0,039	Н/А	0,181
2010 година	2.191	0,034	0,262
2015 година	3.784	0,079	0,486
2017 година	4.261	0,086	0,529
2018 година	5,34	Н/А	0,707
2027	6.25	Н/А	0,754
Индекс на раст на туризмот 2017-2027	31,84%	Н/А	29,84%

Извор: Развој на туризмот во Западен Балкан: Кон заедничка политика Енрико Порфидо, Годишен преглед на територијалното управување во Западен Балкан, II, 2020, 24-45 <https://doi.org/10.32034/CP-TGWBAR-I02-03> (врз основа на UNWTO 2000, 2016, 2017, 2019) и Косовската агенција за статистика, 2020)

Туризмот има суштинска улога во поттикнувањето на социо-економскиот раст, особено во земјите во развој. Оваа индустрија во овој регион е значаен фактор во процесот на демократизација, дејствувајќи како двигател за интеграција на регионот во ЕУ.

Сепак, строгата меѓузависност на туризмот со други сектори како што се животната средина, образованието, здравството и транспортот, го прави уште потешко да се постигнат целите што земјите ги имаат за секторот. На пример, туристичкиот сектор силно се потпира на локалниот човечки капитал, што значи дека вработените во туризмот и угостителството треба да бидат правилно обучени за специфични работни места (образовен сектор) и дека мобилноста треба да се олесни и во однос на инфраструктурата и јавниот превоз (транспортен сектор). Туризмот е навистина сектор кој е во голема мера базиран на услуги, кој се протега од патување, сместување, транспорт, планирање активности и услуги за храна, но исто така и заштита, зачувување и валоризација на ресурсите.

Во **Албанија**, туризмот е исто така значаен економски сектор поради неговиот придонес во производствениот систем на земјата. Податоците на WTTC покажуваат дека, во Албанија, економската активност генерирана од секторот „Патувања и туризам“ (вклучувајќи хотели, туристички агенции, авиокомпаниии и други услуги за превоз на патници, без услуги за патување на работа) изнесувала 1,7 милијарди долари БДП во 2022 година, што претставува 9,4% од вкупниот БДП. Особено, Албанија е на 17-то место во светот по директен придонес во економијата на секторот за патувања и туризам. Работната сила се состои од 97,7 илјади лица (8,4% од вкупните работни места), а инвестициите изнесуваат 270 милиони долари.

Кога се разгледуваат пошироките ефекти од инвестициите, синцирот на снабдување и влијанијата врз индуцираните приходи, вкупниот придонес на секторот достигнува 3,9 милијарди долари, што е еквивалентно на 21,6% од вкупниот БДП. Бројот на вработени во секторот се зголемува на 246,7 илјади, што претставува 21,2% од вкупните работни места.

Економските и социјалните димензии на туристичкиот сектор во Албанија се подготвени за понатамошен раст во иднина. Според прогнозите на WTTC, се предвидува дека директниот БДП на секторот за патувања и туризам ќе се зголемува во просек за 3,6% годишно на 2,5 милијарди долари во периодот 2023-2033 година. Во истиот период, се очекува вработеноста да порасне за 1,7% годишно, потрошувачката на дојдовните туристи за 3,5% и домашната потрошувачка за 4,1%. Дополнително, со годишна стапка на раст од 4,5%, се предвидува дека уделот на инвестициите во патувања и туризам во вкупниот број ќе се зголеми од сегашните 6,3% на 8% до 2033 година.

Силните страни можат да се сумираат на следниов начин:

Албанското чувство за гостопримство е добро познато и претставува „уникатен ресурс“, додавајќи конкурентска вредност на карактеристики што можат да се најдат и во други земји, вклучувајќи го морето и сончевите плажи, градовите на уметноста, живописните села во внатрешноста и снежните планини.

Разновидност на пејзажи и култури на мал простор: Албанија е еден вид „минијатурна Европа“ каде што туристите можат, во рок од неколку километри, да одат од планините до морето, од искуството на донекаде „архаична“ селска култура до глобализираната култура на голем град или одредени крајбрежни одморалишта. Исто така, постои можност по патот да се сретне град на уметноста или да се отстапи кон место на листата на УНЕСКО.

Албанската туристичка индустрија е родена неодамна. Ова имплицира дека угостителските објекти, во просек, се **од неодамна изградени**, што е силна страна. Сепак, не треба да се занемари фактот дека зградите дизајнирани за угостителство имаат пократок животен циклус од оние наменети за други намени поради различни барања за одржување.

Стремежот кон подобрување на квалитетот на понудата и движењето кон развој на „интегриран“ туристички систем, каде што крајбрежјето беспрекорно се вклопува со културните, кулинарските, планинските и фолклорните искуства, истовремено искористувајќи ги напорите за соработка со соседните сектори, има потенцијал значително да ги зголеми економските перспективи на албанскиот туризам.

Сепак, сè уште постојат слабости. Главната е концентрацијата на понудата по должината на крајбрежните области, што е симптом на значителна зависност од „морскиот“ ресурс. Ова има неколку негативни последици, на пр. во однос на **изразена сезонска природа на приходите**, целокупна недоволна искористеност на сместувачките капацитети и другите примарни ресурси. Она штотуку беше наведено е демонстрирано и со ниската вредност на просечниот индикатор за престој, што има негативно влијание врз фундаментална варијабла: приходите од туристичката потрошувачка од страна на нерезиденти. Зависноста на Албанија од Европа е исто така значајна (над 90%), што укажува на потребата од диверзификација на целните пазари.

Поблиското усогласување на Албанија со современите модели на развој ќе биде остварливо само преку квалитетни инвестиции, како што се **реконструкција, технологија, обука и организација**. Некои од овие иницијативи веќе се започнати во последниве години. Овие инвестиции треба да ги земат предвид специфичните карактеристики на

регионот и да бидат поврзани со континуирано подобрување на **професионалните и менаџерските вештини**.

на Косово е сè уште индустрија во развој, во многу рана фаза на развој во споредба со другите земји од Југоисточна Европа. Ова во голема мера се должи на недостаток на инвестиции со децении, слаби туристички понуди од приватниот сектор, недостаток на образован персонал, лоши политики за инвеститорите и недостаток на координација меѓу засегнатите страни и владините агенции. Иако бројот на туристи и ноќевања во Косово значително се зголеми во последните десет години, бројот на меѓународни посетители во рок од една година е далеку од просекот во регионот.

Најголемиот број туристи што ја посетуваат земјата е во текот на летото. Се верува дека ова главно се должи на дијаспората, која има големо влијание врз локалната економија и особено врз туристичкиот сектор.

Во Косово, според извештајот од Анкетата за работна сила (2018), бројот на вработени во областа на туризмот е околу 28.500 лица. Се претпоставува дека туризмот директно придонесува со повеќе од 1% во БДП на Косово, додека светскиот просечен придонес на туризмот во БДП е 3,3%.¹

Предностите на туризмот во Косово се ²:

Силна географска положба во регионот и Европа; • Добри и уникатни пејзажи (реки, езера, паркови, планини, водопади итн.); • Културно наследство; • Специјални кулинарски услуги; • Мултијазлизам; • Гостопримство; • Неистражени туристички дестинации; • Пријателска култура; • Разумни цени; • Богатство во историска смисла и смисла на историски земји; • Веќе е вклучено во туристичките пакети на Западен Балкан; • Традиционални настани, фестивали, ноќен живот; • Нов аеродром и автопати; • Потенцијал за транзит; • Тековното зголемување на свеста на Владата за туристичкиот сектор; • Атрактивни места и добри временски услови; според годишните времиња; • Со најмладото население во Европа; • Заштита и безбедност; Малата површина на Косово (брза врска помеѓу градовите и туристичките дестинации); • Големо учество на дијаспората на туристичкиот пазар во Косово; • Флексибилни и конкурентни деловни даноци

Слабостите на туризмот во Косово се:

Лоша/просечна инфраструктура (електрична енергија, патишта, водоснабдување, канализација, обележување на туристички дестинации, итн.); • Не постојат конкурентни закони и прописи за туризам; • Недостаток на владина поддршка за туристичкиот сектор; •

¹Развој на туристичката индустрија - случајот на Косово, Аналеле на Универзитетот во Орадеа, Серија Географија XXX, бр. 2/2020, стр. 147-156 ISSN 1221-1273, E-ISSN 2065-3409 DOI 10.30892/auog.302104-844 Идриз КОВАЧИ, Универзитет за применети науки во Урошевац, Факултет за туризам и животна средина, улица „Универзитет“, 70000, Урошевац, Косово, е-пошта: idriz.kovaci@ushaf.net Алберта ТАХИРИ Универзитет за применети науки во Урошевац, Факултет за туризам и животна средина, улица „Универзитет“, 70000, Урошевац, Косово, е-пошта: alberta.tahiri@ushaf.net Фари БУШИ Универзитет за применети науки во Урошевац, Факултет за туризам и животна средина, улица „Универзитет“, 70000, Урошевац, Косово

²Изворот на силните и слабите страни е од одржливиот развој на туризмот – анализа на развојот на туризмот во Косово. Статија во списанието ACC · октомври 2020 година, Универзитет Алберта Тахири, Хаџи Зека, Универзитет за применети науки Идриз Ковачи во Феризај, Фари Буш.



Недостаток на сертифицирани водичи; • Лошо управување со отпад; • Недостаток на заштита на животната средина (особено на реките, уништување на шумите и отстранување на отпад); • Не е основана Национална туристичка агенција (НТА)/Национална туристичка организација (НТО); • Недостаток на соодветна туристичка статистика; • Не постои стратегија за развој на туризмот; • Лошо управување со туристичките центри во различни општини; • Визен режим (особено кон земји со висок потенцијал за извоз на туристи); • Висока цена на летовите; • Недостаток на владини субвенции за летови; • ДДВ за туристи кои резервираат од странство; • Недостаток на заеднички понуди со други земји во регионот; • Недостаток на општинска поддршка за туристичкиот сектор; • Недостаток на рекламирање на Косово како туристичка дестинација

Во **Македонија**, туризмот игра значајна улога. Туризмот во Северна Македонија бележи континуиран раст низ годините. Така, во 1995 година, од туризмот е остварен приход од 18,5 милиони евра (0,4% од БДП) и само 126 евра по турист. По 2,5 децении, придонесот на туризмот во економскиот развој на Северна Македонија значително се зголеми на приход од 392 милиони евра или приход од 517 евра по турист ³.

Северна Македонија регистрираше вкупно 294.000 туристи во 2021 година, рангирајќи се на 122-то место во светот во апсолутни бројки. Очигледно е дека помалите земји редовно имаат пониски резултати во споредбата на апсолутниот број гости. Со ставање на туристичките бројки во однос на населението на Северна Македонија, резултатот е многу поспоредлива слика: Со 0,14 туристи по жител, Северна Македонија се рангираше на 92-ро место во светот. Во Јужна Европа, се рангираше на 13-то место.

Овие податоци укажуваат на пристапот кон туристичките активности, кој има за цел максимизирање на придонесот на туризмот во економскиот развој на земјата. Имено, од 2011 година, Владата успешно вовеле мерки за субвенционирање на туроператори и агенции кои работат со дојдовен туризам. Во исто време, се отворија многу нискобуџетни авиокомпани, па Северна Македонија стана лесно достапна туристичка дестинација. Така, во рок од една деценија, меѓународниот туризам почна да се развива, па во 2019 година, бројот на странски ноќевања речиси се изедначи со бројот на домашни ноќевања.

Со исклучок на пандеиската 2020 година, просечниот приход е 295 милиони евра, односно просечната годишна стапка на учество на вкупните приходи од туризам во БДП е 2,7%. Се очекува овие приходи да се зголемат на повеќе од 450 милиони евра.

Директното вработување поврзано со туризмот во Северна Македонија брои околу 30.000 работни места. Од друга страна, кога станува збор за вкупната вработеност во патувањата и туризмот, таа бројка е значително поголема и во 2019 година имало 54.800 вработени (6,9% од вкупниот број на вработени) ⁴. Исто така, се проценува дека 1 од 7 работни места е во секторот за угостителство-туризам, што опфаќа 52-55% од вкупната услуга.⁵

³Светски податоци <https://www.worlddata.info/europe/north-macedonia/tourism.php>

⁴WTTC (2022), Годишно истражување: Клучни моменти. <http://wttc.org/Research/Economic-Impact>

⁵АПСТРМ, Стратешки план за 2023 година. <https://tourismmacedonia.gov.mk/wp-content/uploads/2022/09/Stratesko-planiranjena-APPT-za-2023.pdf>

Сеопфатната квалитативна и квантитативна проценка на моменталната состојба на Македонија како целина може да се резимира преку следната анализа ⁶.

Предности: Македонија е нова земја во развојот на туризмот со добро зачувано културно и природно наследство; Поконкретно, Македонија се гордее со многу стара историја и престижна референца (Александар Велики) и, заедно со Охрид, е едно од главните места на медитеранскиот свет; Македонија е на раскрсницата на римскиот, словенскиот, грчкиот и отоманскиот свет, нудејќи многу густа културна разновидност, што е силен адут; Нејзиното планинско екотуристичко наследство и ресурси се многу интересни и многу добро зачувани; „Нишата“ на винскиот туризам е исто така важен адут, многу модерен денес; Поопшто, квалитетот на земјоделските производи и кулинарското и гастрономското наследство и знаење; Привилегирана позиција на оската Северна Европа - Атина - Истанбул.

Слабости: Туристичките капацитети и инфраструктура се претежно застарени (освен во Скопско каде што се изградени нови хотели) и со недоволен квалитет во однос на реалните норми и стандарди и понудата во соседните земји; Сликата за земја „во војна“, иако не е вистинита, може да исчезне во подолг временски период, во умовите на слабо информирани европски пазари; Се чини дека Владата сè уште не обезбедила соодветни средства за имплементација на неопходни капацитети и инфраструктури (меѓу другото, туристичка сигнализација) и со цел да се постават основите за развој на туризмот и да се привлечат инвеститори и тур-оператори; Средствата доделени за набљудување и промоција на туризмот и за заштита на наследството сè уште се недоволни; Распределбата на надлежностите и координацијата помеѓу централната влада и локалните власти сè уште се далеку од соодветни; туристичките објекти за добредојде и туристичките информативни канцеларии имаат премногу ниски цели и премногу ограничени средства; Соработката помеѓу јавните тела и приватните оператори е спорадична, но сè уште не е доволна; Сликата за Македонија како земја е сè уште нејасна, а нејзината припадност на Балканот, подобро идентификуван регион, не е доволно позната; Затоа, Македонија не ги исполнува условите за да биде веќе интегрирана во понудите на европските туристички оператори.

⁶Туризмот во Македонија во променлива средина, статија во Procedia - Социјални и бихејвиорални науки · декември 2012 DOI: 10.1016/j.sbspro.2012.05.001, Науме Мариноски, доктор по филозофија (редовен) на Универзитетот „Св. Климент Охридски“ - Битола, Сашо Коруневски доктор по филозофија (редовен) на Универзитетот „Св. Климент Охридски“ - Битола

1.2. Трендови и податоци за туризмот во Албанија

Туристички пристигнувања

- Во 2022 година, Албанија пречека над 7,5 милиони туристи, што е рекордно високо ниво.
- Ова претставува зголемување од 36% во однос на 2021 година.
- Поголемиот дел од туристите доаѓаат од Европа, а Италија, Грција и Германија се трите главни извори на туристи.
- Домашниот туризам исто така расте во популарност, при што Албанците сочинуваат 20% од сите посетители во 2022 година.

Приходи од туризам

- Туризмот генерираше приходи од над 3,5 милијарди евра во 2022 година, што е зголемување од 42% во однос на 2021 година.
- Ова го прави туризмот најголем сектор во албанската економија.
- Просечната потрошувачка по турист е 460 евра.

Топ туристички дестинации

- Најпопуларните туристички дестинации во Албанија се Тирана, Берат, Ѓирокастер, Скадар и Круја.
- Овие градови нудат мешавина од историски знаменитости, културни атракции и природна убавина.

Исполнетост на хотелот

- Стапките на пополнетост на хотелите во Албанија достигнаа 68% во 2022 година, во споредба со 52% во 2021 година.
- Ова е највисоката стапка на зафатеност во историјата на земјата.
- Поголемиот дел од туристите престојуваат во хотели во Тирана, Берат и Ѓирокастро.

Туристички предизвици

- Иако туризмот брзо расте во Албанија, постојат голем број предизвици со кои земјата треба да се справи.
- Тие вклучуваат:
 - Недостаток на инфраструктура, како што се патишта и аеродроми.
 - Ограничено познавање на англискиот јазик кај населението.
 - Пренатрупаност во некои популарни туристички дестинации.

Туристички можности

- И покрај предизвиците, Албанија има голем број можности за понатамошен развој на својот туристички сектор.
- Тие вклучуваат:
 - Инвестирање во развој на инфраструктурата.
 - Подобрување на познавањето на англискиот јазик кај населението.
 - Промовирање на Албанија како единствена и автентична дестинација.

Генерално, туризмот е главен двигател на економскиот раст во Албанија. Земјата е во добра позиција да продолжи да привлекува повеќе туристи во наредните години.



1.3. Трендови и податоци за туризмот во Косово

Туристички пристигнувања

Туристичкиот сектор доживува постојан раст во последните години, со значително зголемување на бројот на посетители по пандемијата COVID-19. Во 2022 година, Косово пречека над 1,2 милиони меѓународни туристи, што претставува значителен пораст од 688.000 пристигнувања во 2021 година. Овој раст се припишува на олеснувањето на ограничувањата за патување, подобрената инфраструктура и засилените маркетиншки напори.

Приходи од туризам

Зголемениот број на туристички пристигнувања се претвори во значителни приходи за туристичката индустрија. Во 2022 година, туризмот генерираше приближно 600 милиони евра приходи, што е значително зголемување во споредба со 350-те милиони евра генерирани во 2021 година. Се предвидува дека овој раст ќе продолжи и во наредните години, поттикнат од проширувањето на туристичката инфраструктура и диверзификацијата на туристичките производи.

Топ туристички дестинации

Разновидниот пејзаж и богатото културно наследство на Косово нудат широк спектар на атракции за посетителите. Популарните туристички дестинации вклучуваат Пеќ, Призрен, Гаково, Ѓњилане. Овие дестинации нудат отоманска архитектура, живописни пазари, живописни планини и импресивна архитектура, за пешачење, разгледување на знаменитости, истражување на прекрасната природна убавина, а исто така и за културни искуства и авантури на отворено.

Исполнетост на хотелот

Зголемениот број на туристички пристигнувања, исто така, имаше позитивно влијание врз стапките на пополнетост на хотелите. Во 2022 година, стапките на пополнетост на хотелите во Косово достигнаа просек од 56%, што претставува значително подобрување во однос на стапката на пополнетост од 42% во 2021 година. Се очекува овој тренд да продолжи, поттикнат од растечката популарност на Косово како туристичка дестинација.

Туристички предизвици и можности

И покрај ветувачкиот раст, туристичкиот сектор на Косово се соочува со некои предизвици на кои треба да се одговори за целосно да се реализира неговиот потенцијал. Тие вклучуваат:

Ограничени маркетиншки и промотивни напори за привлекување посетители од други земји надвор од регионот.

Потребни се дополнителни инвестиции во туристичката инфраструктура, особено во транспортот и сместувачките капацитети.

Решавање на загриженоста во врска со безбедноста и сигурноста, што може да ги одврати некои потенцијални посетители.

За да ги надмине овие предизвици, Косово се фокусира на подобрување на својата туристичка инфраструктура, проширување на својот маркетиншки дострел и зајакнување на безбедносните мерки. Земјата, исто така, работи на диверзификација на својата туристичка понуда, фокусирајќи се на нишни пазари како што се екотуризмот, туризмот на културното наследство и авантуристичкиот туризам.

Со својата богата историја, разновидна култура и прекрасна природна убавина, Косово има потенцијал да стане главен регионален туристички центар. Со справување со предизвиците и искористување на своите силни страни, Косово е во добра позиција да привлече повеќе посетители и значително да придонесе за економскиот раст на земјата.

1.4. Трендови и податоци за туризмот во Северна Македонија

Туризам Пристигнувања

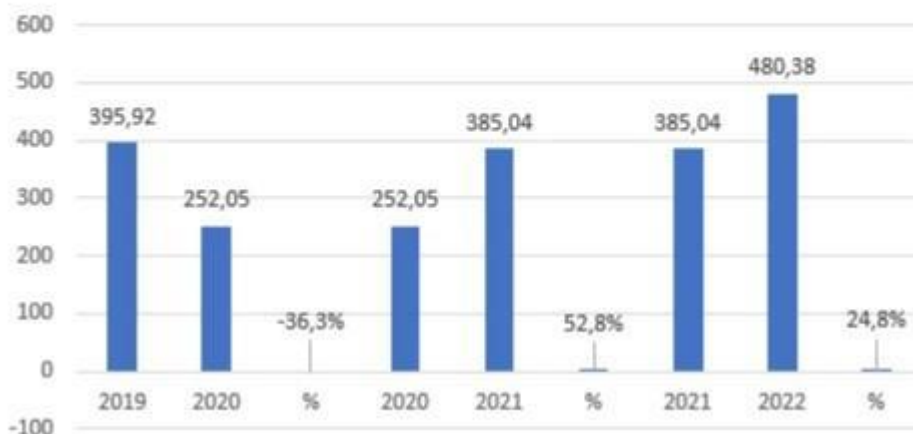
Северна Македонија пречека над 1.185.000 туристи во 2019 година (757.593 странски туристи), 457.514 во 2020 година (118.206 странски туристи), 702.463 во 2021 година (293.963 странски туристи), 969.277 во 2022 година (537.436 странски туристи Прилив на девизи врз основа на туризам (споредено по години - во милиони американски долари).

Графиконот ни покажува дека:

- Помеѓу 2019 и 2020 година, приливот од туризам се намали за 36,3%, или приливот од 395,92 милиони американски долари од 2019 година се намали на 252,05 милиони американски долари во 2020 година.
- Помеѓу 2020 и 2021 година, приливот од туризам се зголеми за 52,8%, или приливот од 252,05 милиони американски долари во 2020 година се зголеми на 385,04 милиони американски долари во 2021 година.
- Помеѓу 2021 и 2022 година, исто така, имаше зголемување на приливот од туризам за 24,8%, или приливот од 385,04 милиони американски долари во 2021 година се зголеми на 480,38 милиони американски долари во 2022 година.

Извор на податоци - <https://tourismmacedonia.gov.mk/?lang=en>

Foreign exchange inflow based on tourism (compared by years - in millions of USD)

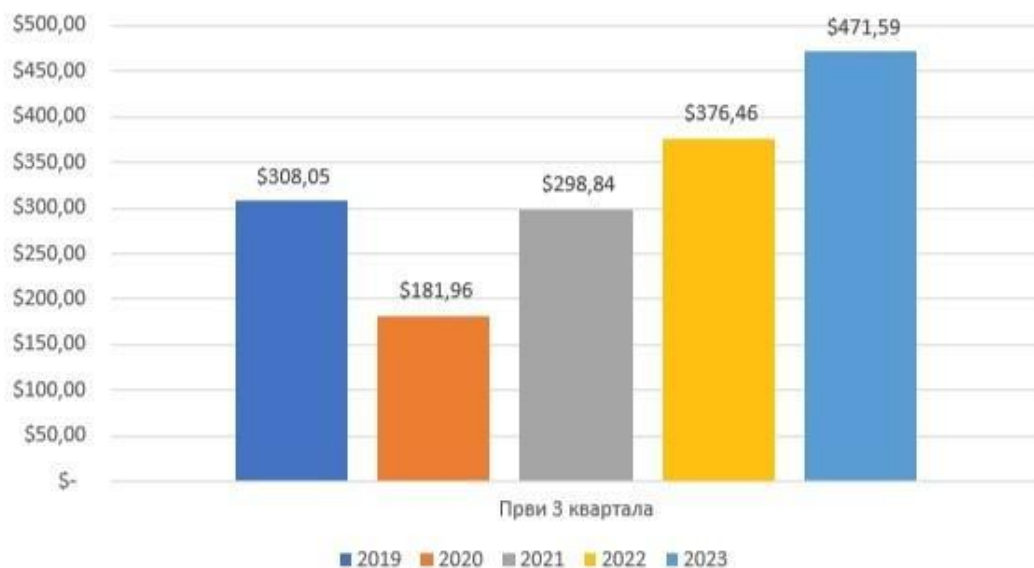


Прилив на девизи врз основа на туризам во милиони американски долари - првите 3 квартали 2019 – 2023-

Графиконот ни покажува дека во 2019 година, приходите од туристичкиот сектор во 2019 година (мерени се само првите три квартали од годината) изнесувале 308,05 милиони американски долари, во 2020 година изнесувале 181,96 милиони американски долари, во 2021 година 298,84 милиони американски долари, во 2022 година 376,46 милиони американски долари, а во 2023 година 471,59 милиони американски долари.

Извор на податоци - <https://tourismmacedonia.gov.mk/?lang=en>

Foreign exchange inflow based on tourism in millions of USD- The first 3 quarters 2019-2023



Топ туристички дестинации

Најпопуларните туристички дестинации во Северна Македонија се Охрид , Скопје, Струга , Битола, Маврово , Крушево, Вевчани , Тиквешкиот регион и Тетово.

- Охрид , место на светското наследство на УНЕСКО, е познат по својата прекрасна природна убавина, живописното езеро и историскиот Стар град.
- Главниот град, главниот град, нуди мешавина од отоманска и европска архитектура, живи културни атракции и жив ноќен живот.
- Битола, вториот по големина град, се гордее со богато отоманско наследство, шармантни историски населби и близина до Националниот парк Преспански езера.
- Струга е уште еден град што го збогатува уникатното Македонско искуство. Проследено со традиционална храна, убави и опуштени кафулиња и ресторани, кои нудат прекрасен поглед на езерото.
- Тетово, мултикултурен град со претежно албанско население, нуди единствена мешавина од традиционални албански обичаи и модерен урбан живот.
- Прекрасно парче природа во селото Вевхани . Може да се посети во кое било време од годината, но напролет изворите имаат најмногу вода кога се топи снегот.
- Маврово е најголемиот зимски центар во Македонија, кој се простира на 730 квадратни километри шуми, клисури, водопади и карстни полиња.
- Тиквеш е еден од најголемите региони во Македонија по квадратура. Климата е мешана, континентално-медитеранска. Тиквеш е центар на македонското производство на вино и ракија.
- Крушево е мал град, но многу харизматичен и полн со историја. Крушево се смета за едно од најдобрите места за параглајдинг во светот. Полетувањето од Мечкин Камен оваа година е домаќин на десетици меѓународни натпревари во параглајдинг и едриличарство.

Сместување

Поголемиот дел од туристите престојуваат во хотели во Охрид , Скопје, Струга и Битола.

Гледано по години: во 2019 година - 80% од туристите престојувале во хотели, во 2020 година - 65%, во 2021 година - 70%, во 2022 година - 76%.

Туристички предизвици

И покрај неодамнешниот раст, туристичкиот сектор во Северна Македонија се соочува со неколку предизвици на кои треба да се одговори за целосно да се реализира неговиот потенцијал. Тие вклучуваат:

- o Ограничени маркетиншки и промотивни напори за привлекување посетители од други земји.
- o Потреба од понатамошни инвестиции во туристичката инфраструктура, особено во транспортот и сместувачките капацитети.
- o Подобрување на јазичните вештини кај работната сила во туристичката индустрија за подобра комуникација со меѓународните посетители.
- o Диверзификација на туристичката понуда за привлекување на поширок круг туристи

Туристички можности

За да ги надмине овие предизвици и да ги искористи своите силни страни, Северна Македонија се фокусира на:

- o Подобрување на туристичката инфраструктура, вклучително и проширување на капацитетот на аеродромите, надградба на патиштата и железниците и подобрување на сместувачките капацитети.
- o Проширување на својот маркетиншки дострел, особено преку дигитални платформи.
- o Диверзификација на туристичката понуда преку развој на екотуризам, кулинарски туризам и авантуристички туристички искуства.

2. Рамката на двојниот систем во VIRTu.AL . земји-партнери

2.1 Образовен систем во Албанија⁷

Член 57 од Уставот на Албанија предвидува дека секој има право на пристап до образование, а основното образование е задолжително за сите.

Образованието во Албанија го обезбедуваат и јавни и приватни институции на сите нивоа.

Министерството за образование и спорт [<https://arsimi.gov.al>] е одговорно за предуниверзитетското образование и за високото образование. Според Уставот, Владата и парламентарните тела ја одредуваат образовната политика за високото образование.

Министерството за финансии и економија [<https://financa.gov.al/>] е одговорно за стручното образование и обука.

Заради јасност, за целите на овој документ, **VET** е кратенка од „Стручно образование и обука (VET)“, област на професионални вештини што го комбинира образованието со професионалната пракса, што ги опремува поединците со посебни знаења и вештини, како и со широки компетенции што се потребни за вработување во одредена професија и за интеграција на пазарот на трудот (член 4 од Законот бр. 15/2017) за образование и стручно оспособување во Република Албанија⁸). Од гледна точка на формалното образование, вклучува ученици на возраст од 15/16 до 19 години (средно училиште).

2.1.1. Форма на образование во Албанија

Формите на образование во Албанија се следниве: предуниверзитетно образование, високо образование.

Задолжителната возраст за образование во Албанија е од 6 до 16 години. Вклучува основно образование и пониско средно образование.

Класификацијата на нивото на образование во Албанија е направена врз основа на кодовите 0,1,2,3 во однос на „Меѓународните стандарди за образование“ одобрени од Генералната конференција на УНЕСКО во 1997 година и на нивоа врз основа на Законот бр. 10 247, од 4.3.2010 година, „За рамката на квалификации на Албанија“, како што е изменет.

Според оваа класификација, формите на образование се:

- **Предучилишно образование** [Арсими parashkollor] од 0 до 6 години што не е задолжително.
- **Основно образование** [Образование База] започнува на 6 години и завршува на 16 години и е задолжително. Составено е од два циклуса:

⁷Забелешка: материјалот што се користи за подготовка на овој дел е главно преземен од <https://eurydice.eacea.ec.europa.eu/national-education-systems/albania/overview>

⁸Законот 15/2017 може да се најде тука <https://qbz.gov.al/eli/ligj/2017/02/16/15-2017>

- **примарен циклус** [Арсими филер] Код 1. Составен од пет класи (класи I-IV)
- **пониско средно образование** [арсими и медиум и ниско] составено од четири паралелки (одделенија VI-IX). Учениците кои имаат 16 години, но не завршиле основно образование, можат да го завршат во училишта со вонредно образование. Основното образование за ученици со ограничени способности е организирано во специјални училишта, во специјални паралелки во рамките на нормалните училишта или интегрирано во нормалните паралелки.
- **Средно образование** [Арсими и Месец и високо] е опционално и започнува на возраст од 16 години.
Вишото средно образование во Албанија е составено од:
- **Општо средно образование** [Gymnazet], кое трае три години и е составено од три паралелки.
- **Средни училишта** [Shkollat' e Mesme Професионална] има времетраење од две до четири години. Структурирана е на три нивоа врз основа на Албанската национална рамка за квалификации.
- **Училишта за ориентирано образование** [Школа до тебе образование до тебе ориентиран] вклучува уметнички училишта, спортски училишта, училишта за странски јазици и училишта ориентирани кон други образовни области. Уписот во овие институции се базира на специфични критериуми утврдени со посебна Одлука на Советот на министри.

Сите видови на вишо средно образование споменати погоре се завршуваат откако ќе се заврши Државниот матурски испит (кој вклучува заеднички предмети, имено албански јазик и литература, математика и еден странски јазик, како и предмети по избор).

Високо образование

Високообразовните институции во Албанија се јавни и приватни. Тие можат да бидат универзитети, академии, универзитетски колеџи и професионални колеџи. Образовните институции имаат еднаков статус, без оглед на видот на сопственост или идентитетот на основачот. Законот што го регулира високото образование е Законот за високо образование и научно истражување во високообразовните институции во Република Албанија⁹.

Моментално, на територијата на Албанија работат вкупно 39 високообразовни институции, од кои 13 јавни и 26 приватни¹⁰.

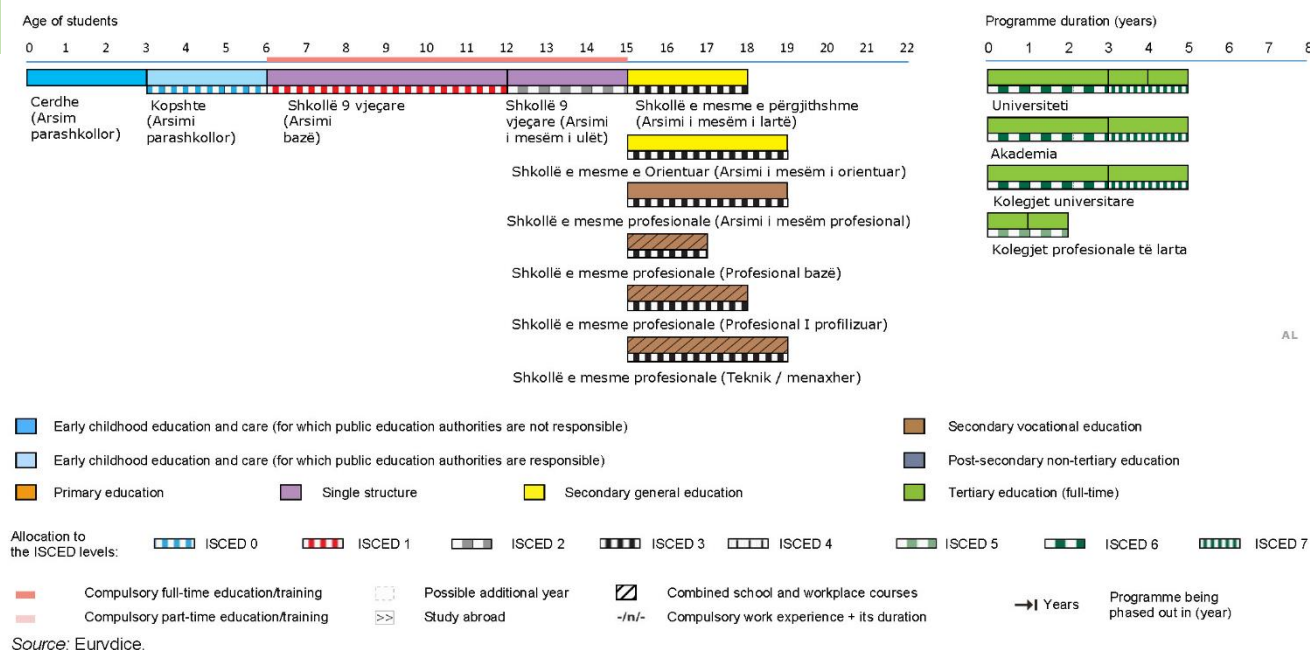
Упис на студенти на студиска програма од прв циклус (диплома) е можен за секој кандидат кој успешно завршил вишо средно образование и го исполнува критериумот за просечен просек на оценки годишно, одобрен со Одлука на Советот на министри. Високообразовните институции можат да постават дополнителни критериуми за прием за избор на кандидати, кои критериуми се објавуваат и поднесуваат до Министерството за образование и спорт. Ве молиме имајте предвид дека просечниот просек на оценки не е применлив како критериум за влез во професионалните студиски програми.

Горенаведеното е претставено на Слика 1 подолу.

⁹Законот е достапен овде: https://www.unitir.edu.al/images/dokumenta/Legislacion/Ligj_80-2015_22.07.2015.pdf

¹⁰Видете <https://ualbania.al/pages/universitetet.html>

Albania – 2023/2024



(извор: <https://eurydice.eacea.ec.europa.eu/national-education-systems/albania/overview/>)

2.1.2. Стручно образование

Општо земено, албанската економија се темели на 5 столба:

1. Земјоделство и неговите деривати (во однос на производството, преработката на храна, производството на масло и млечни производи итн., со посебен фокус на овошје, маслинки, јаткасти плодови итн., механизација поврзана со земјоделството). Постои специфична стратегија и овластување за поддршка на руралниот развој, како и управување со проекти финансирани од ЕУ.
2. Туризмот и неговите деривати, од агро -фарми како семеен бизнис до добро воспоставени одморалишта, бавна храна, традиционална храна, историски атракции, планинарење, природа итн.). Секторот е во пораст и покрај персоналот во угостителството, потребен е и персонал за одржување во однос на зградите и поврзаниот систем за одржување (како што се електрични инсталации, греење, вентилација, лифтови итн.). Ова бара вработените да го познаваат барем англискиот јазик.
3. Производство на енергија; покрај електричната енергија, поволните хидролошки услови, зголемен е интересот за инвестиции во фотоволтаични и еолски паркови итн.
4. Гас и инвестиции поврзани со гас (гасовод) на краток и долг рок.
5. Рударска индустрија со фокус на железо, хром, како и нафта и гас.

Албанија имаше доста добра историја на стручно образование и обука до 90-тите години, иако тоа беше политички мотивирано и водено во дадените услови на диктатурата. Постоеше добро воспоставен екосистем на стручно образование и обука и во вишото и во

високото образование, но воопшто немаше интернационализација, со оглед на изолацијата на земјата за време на комунистичкиот режим. За разлика од соседите, Албанија не го одржа системот на стручно образование и индустриски развој во текот на транзициските години.

Во текот на транзициските години, со основањето и отворањето на многу приватни универзитети, постоеше пристапот дека стекнувањето универзитетска диплома е единствениот начин за успех во иднина. Всушност, не беше така. Ова предизвика големо разочарување кај генерациите на овие дипломци, кои всушност не најдоа можности за вработување на пазарот, бидејќи нивните профили не се совпаѓаа со барањата на пазарот на трудот. Во исто време, ова резултираше со исчезнување и недостаток на многу професии и практично ориентирани специјалисти, што е исто толку неопходно и неопходно за развој на индустријата и услугите во нашата земја. Таквиот менталитет сега е на пат да се промени. Образовниот систем не треба само да се справува со невработеноста, туку да ги балансира реалните потреби на пазарот за развој на земјата. Албанската влада постојано ја нагласува важноста на стручното образование, но најголем дел од вниманието се посветува на високото стручно образование (на возраст од 15-19 години). Исто така, постојат иницијативи или проекти во оваа насока или други програми поддржани од донатори од ЕУ.

Министерството за финансии и економија е одговорно за стручното образование и обука, освен за стручното образование и обука во високото образование (60/120 ЕКТС што е под одговорност на Министерството за образование и спорт).

Во овој документ нема да се осврнуваме на стручното образование и обука во високото образование, туку само на стручното образование и обука што се нуди според *Законот за стручно образование и обука*. Професионалните квалификации ги содржат нивоата 2, 3, 4 и 5 од Албанската рамка за

Квалификации (KSHK) (член 16, став 2, од Законот за стручно образование и обука).

Моментално, некои од главните закони што се во сила и го регулираат стручното образование и обука во Албанија се наведени подолу:

*Закон за стручно образование и обука (2017)*¹¹

Закон за предуниверзитетско образование (2012), како што е изменет

Закон за Албанската рамка за квалификации (АКК) (2018), како што е изменет

Трудов законик (2015), како што е изменет

Закон за занаетчиство (70/2016)

Закон за промоција на вработувањето (2019)

*Национална стратегија за образование 2021-2026*¹²

Претходно, во 2014 година, беше усвоена Националната стратегија за вработување и вештини (NSES) 2014–2020, што се сметаше за важна пресвртница бидејќи ова беше првпат еден национален стратешки документ да се осврне на промоцијата на вработувањето и развојот на стручни вештини како еден ентитет (*Преглед на системот за стручно образование и обука на Албанија, мај 2020 година, стр. 8*).

¹¹Законот е достапен овде <https://qbz.gov.al/eli/ligj/2017/02/16/15-2017>

¹²Стратегијата е достапна тука: (<https://arsimi.gov.al/wp-content/uploads/2021/05/Draft-Strategjia-per-Arsimin-2021-2026-1.pdf>

Горенаведениот закон е предмет на подзаконски акти во однос на неговата примена, чие донесување траеше. Правната рамка се чини дека е доста обемна, иако нејзината имплементација во пракса треба да се подобри.

2.1.3. Двојно образование

ЗАКОНОТ ЗА СЕКОЈА ВЕСТ ВО својот член 12 пропишува кои се давателите на стручно образование и обука:

1. Стручното образование и обука го обезбедуваат јавни и приватни институции.
2. Институциите кои обезбедуваат стручно образование и обука се:
 - а) средни стручни училишта;
 - б) мултифункционални центри за стручно образование и обука;
 - в) центри за професионална обука;
 - џ) специјализирани установи за стручно образование и обука за посебни групи;
 - г) комерцијални друштва;
 - dh) други лиценцирани и/или акредитирани институции или поединци.

Во однос на дуалното образование ¹³, иако не постои посебен закон што го регулира дуалното образование само по себе, Законот за стручно образование и обука ја дава дефиницијата за дуално стручно образование и обука (член 4, „Дефиниции“), како што следува:

„Двојна форма на стручно образование и обука“ е вид на обезбедување стручно образование и обука, кое ја комбинира квалификацијата во установа за стручно образование и обука со работа и практична обука во претпријатието, а се базира на одредбите од договор помеѓу работодавачот и вработениот (студентот) и давателите на стручно образование и обука.

¹³Забелешка: во Прегледот на системот за стручно образование и обука на Албанија, мај 2020 година, се поставува следново прашање: Клучно прашање на кое треба да одговорат албанските донесувачи на одлуки и засегнатите страни во овој поглед е Колку двоен треба да биде системот? Се поставува прашањето дали стручното образование и обука треба да остане само уште едно средство за високо образование или да стане самостоен, самостоен кариерен пат што генерира работна сила која е вешта и агилна, за да се зголеми продуктивноста и економскиот раст. Причината за ова е што економските актери - работодавачите - ќе се двоумат да поддржат систем за стручно образование и обука кој е стручно образование и обука само по име, а во реалноста, повеќе прикриена програма за општо образование. Бизнисите треба да ја видат вредноста и придобивките од вклучувањето во обука, односно достапноста на квалификувана работна сила. Стручното образование и обука треба да се разбере како заедничка задача на државата и приватниот сектор за да се искористи неговиот целосен потенцијал. Ова може да се реализира само ако приватниот сектор и претставничките тела станат рамноправни, одговорни и информирани соработници во управувањето и спроведувањето на стручното образование и обука.

Понатаму, член 16, „Професионални квалификации и релевантни нивоа“, меѓу другото, предвидува:

1. Придобивката, признавањето и сертификацијата на професионалните квалификации во Албанија се базираат на стандарди на квалификации, кои ги содржат знаењата, вештините и компетенциите што студентот мора да ги постигне или практикант.
2. Професионалните квалификации ги содржат нивоата 2, 3, 4 и 5 од Албанската рамка на квалификации (AFQ).
3. Целосни или делумни професионални квалификации може да се добијат преку овие обрасци:

....

в) регистрирање како студент, вработување во претпријатие (двојна форма);

Член 22 „Двојна форма за стручно образование и обука“

1. Двојната форма на стручно образование и обука се нуди во соработка помеѓу работодавачите и институциите одговорни за стручно образование и обука.
2. Главна средина за стекнување професионална квалификација е работното место, врз основа на договор меѓу работодавачот и студентот (вработениот), во согласност со одредбите од Законот за работни односи.
3. Давателите на стручно образование и обука нудат можност за завршување на професионалната квалификација на ученикот.
4. Долгорочните квалификации, стекнати преку двојна форма на стручно образование и обука, се дел од Албанската рамка на квалификации.
5. За стручни квалификации стекнати во областа на занаетчиската дејност, се применуваат одредбите од Законот за занаетчиство ¹⁴.

Понатаму, член 13 „Управен одбор на јавното стручно образование и обука“ предвидува дека Управниот одбор на јавното стручно образование и обука

Управниот одбор е колегијално тело кое донесува одлуки за општата стратешка насока, општо планирање и користење на човечките, финансиските, материјалните и физичките ресурси и поддршка на активностите на администрацијата на јавните даватели на стручно

¹⁴ На пример, Албанија моментално спроведува пилот-проект за двоен СОО во занаетчискиот сектор; основана со закон во 2016 година, Националната занаетчиска комора доби законски мандат да воспостави двојни форми на учење во занаетчиските занимања. Сепак, овој обид е во многу рана експериментална фаза и не е координиран со почетното формално СОО во средните училишта. Некои пилот-проекти се спроведуваат во одбрани занаети со вработени во компаниите-членки на комората во соработка со приватен институт за обука. Сега е време за дискусија помеѓу Занаетчиската комора, управните тела за СОО (MFE, NAVETQ и NAES) и индустријата за тоа колку овој модел може да се усогласи со целокупните напори за реформи во почетните програми за СОО за да се избегне ситуација каде што двата система се оддалечуваат наместо да ги здружуваат силите и да ги користат синергиите. Најблиските форми на деловна соработка се одвиваат на ниво на давател на услуги. Сепак, иницијативите за воспоставување односи меѓу училиштата и бизнисите, на пример, за организирање активности за учење преку работа, во повеќето случаи потекнуваат од училиштата. Иако присуството на двајца претставници на бизнисите во училишниот одбор е законска обврска (од кои едниот мора да биде избран за претседател), бизнисите не им пристапуваат проактивно на давателите на услуги за стручно образование и обука. Ова е затоа што деловната соработка во стручното образование и обука не е историски вкоренета во Албанија и, според тоа, останува нов, а за многу албански компании (особено микро фирми) сè уште непознат феномен (Преглед на системот за стручно образование и обука на Албанија, стр. 10).

образование и обука, во согласност со важечкото законодавство. Одборот е составен од претставници на јавниот и приватниот сектор, меѓу другото (а) двајца претставници на приватниот сектор поврзани со профилот на установата за стручно образование и обука, при што еден од нив се избира за претседател. Затоа, учеството на бизнисот е законска обврска.

Претходните истражувања сугерираат дека: „Системското вклучување на приватниот сектор е клучна карактеристика на секој квалитетен систем за стручно образование и обука и веројатно најголемиот предизвик за земјите во транзиција како што е Албанија, каде што стручното образование и обука отсекогаш се сметало за државна одговорност: иницирано и дизајнирано на ниво на централна влада со фокус на образованието, а не на задоволување на потребите на пазарот на трудот.“

Системот за стручно образование и обука во Албанија сè уште е повеќе воден од општото образование отколку што се сфаќа како професионална обука базирана на побарувачката, со цел вработување на дипломираните студенти (*Преглед на системот за стручно образование и обука во Албанија, мај 2020 година, страница 8*).

Може да се забележи дека:

Иако законската рамка за стручно образование и обука и дуално стручно образование и обука е веќе воспоставена, дуалната форма сè уште не е непречено имплементирана,¹⁵ освен во исклучителни случаи, главно пилотирана со помош на странски проекти/донатори.

Односот меѓу училиштата и бизнисот се чини минималистички во оваа перспектива. Имплементацијата во пракса бара подобрување, посветеност и напори од сите засегнати страни. Вреди да се нагласи дека од практична перспектива, наставните програми во средните стручни училишта вклучуваат задолжителни модули за професионална пракса за учениците, кои потоа се реализираат во бизнисот и индустријата.

Други иницијативи за поттикнување на двојно образование се охрабруваат и спроведуваат од различни донатори или преку пристап базиран на проекти (како што е проектот „Вештини за работа“ (S4J) - Швајцарската агенција за развој и соработка (SDC) имплементиран во Албанија од страна на Swisscontact . Главната цел на проектот е да се надгради стручното образование и обука (VET) во Албанија преку дигитализација, модернизација и инклузивност. Видете <https://skillsforjobs.al/what-we-do/> или **VET TO VET – Градење капацитети во Албанија (V2V_AL)**, <https://efvet.org/vet-to-vet-capacity-building-in-albania-2/>

¹⁵Истражување на DIHA и F. Erbert Stiftung, „ВОКАЦИОНАЛНО ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУКАТА ВО АЛБАНИЈА

„Компаниите бараат подобро квалификувана работна сила во Албанија“, се сугерира дека таква недостасува во Албанија (видете https://www.diha.al/fileadmin/user_upload/PDF-Unterlagen/Konjunkturumfragen/Report_on_Poll_Results_-_EN.pdf ; друг документ, ПРЕГЛЕД НА РЕГУЛАТОРНАТА РАМКА И ОБЕЗБЕДУВАЊЕ НА ПОСРЕДНО И ВИСОКО СРЕДНО ОБРАЗОВАНИЕ ВО АЛБАНИЈА, јануари 2022 година, забележува дека: „односите меѓу образовните институции и работодавачите се минимални. Постои недоволна ориентација на образованието кон потребите на пазарот на трудот; наставните програми се премногу теоретски, а учењето на работното место не е добро организирано. Заклучокот е дека сегашниот систем за постсекундарно образование треба да се подобри за подобро да ги задоволи потребите на пазарот на трудот и на студентите“. <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-05/Review%20of%20the%20Regulatory%20Framework%20and%20Provision%20of%20Post-Secondary%20and%20Higher%20VET%20in%20Albania.pdf> , страница 5)

2.1.4. CEO во угостителскиот туризам

„Угостителство-туризам“ што го нудат училиштата има структура 2+1+1 и 2+2.

Успешното завршување на професионалната квалификација „Угостителство-туризам“, ниво II од AQF, му обезбедува на студентот сертификат за полуквалификуван вработен (асистент) во оваа област, со што добива право да продолжи со образованието на ниво III од Албанската рамка за квалификации (AQF) (една година), во еден од профилите на учење од оваа област:

1. Бар-ресторан
2. Кујна - слаткарница
 - а. Кујнско-печиво (пилот)
3. Рецепција
 - а. Прием (пилот)
4. Туристички водич
5. Хотелски и ресторански услуги
6. Патнички и туристички услуги

Успешното завршување на стручното образование по „Угостителство-туризам“, ниво IV од AQF, го опремува студентот со Диплома од Државната стручна матура, како и со Сертификат за менаџер во областа на угостителството-туризмот.

Оваа квалификација му дава можност на студентот да се приближи до пазарот на трудот за вработување во секторот за сместување, во бизниси за храна и пијалоци, во туристички агенции, како и во сите сектори и бизниси кои нудат услуги за сместување, храна, пијалоци, забава и настани.

По завршувањето на ова ниво, студентот има можност да го продолжи своето образование на постсекундарно ниво или на ниво на универзитетски студии.

На национално ниво, постојат 12 средни стручни училишта кои ја нудат програмата за угостителски туризам, распоредени во следните региони:

1. Земјоделско стручно училиште, Камез
2. Училиште за угостителство - туризам, Тирана
3. Училиште „Исуф Ѓата“, Корча
4. Училиште Хисен Чела, Драч
5. Училиште Енвер Ќираџи, Поградец
6. Училиште Антони Атанас, Саранда
7. Училиште „Колин Ѓока“, Лежа

8. Училиште Хамди Бушати, Скадар

9. Училиште „Кристо Исак“, Берат

10. Трговско училиште, Валона

11. Училиште „Сали Цека“, Елбасан

12. Училиште Назми Рушити, Дибр (се нуди оваа година за прв пат)

Училишната програма е иста, односно унифицирана, за сите горенаведени училишта, врз основа на рамката на наставни програми за програмата за угостителски туризам, одобрена од надлежното национално тело, имено АГЕНЦИЈАТА КОМБЕТАРСКА СОРАБОТКА, ПРОФЕСИОНАЛНА ОБУКА И КВАЛИФИКАЦИИ (АКАФРК).

Во однос на двојните активности (обезбедени во рамките на курсот), на пример, пракса, работа во компании (чиракување итн.), симулација во училница со поддршка од компаниите, водена посета, друг вид двојни активности (да се наведе), ве молиме имајте предвид дека за секој обезбеден курс, наставните програми го споменуваат и ова прашање во врска со:

Односно, овој модул треба да се изведува во реални работни средини на хотели, ресторани или други средини каде што се служи храна и пијалоци, како и во средини каде што се одржуваат приеми и банкети, но се препорачуваат и посети на бизниси кои ја нудат оваа услуга; За правилно спроведување на модулот, потребно е да се обезбедат следните средини, алатки, опрема и материјали: Вистински ресторан или училишен ресторан. Или Овој модул треба да се изведува во училници, како и во средини за професионална пракса на училиштето, опремени со соодветни алатки. Овој модул може да се изведува и во реални работни средини во бизнисите од хотелскиот и туристичкиот сектор, со реални клиенти.

Табела 1. Број на запишани ученици во стручните училишта кои нудат насока „Угостителство-туризам“ во текот на учебната 2021-2022 и 2022-2023 година

Училиште	Регион	Вкупен број на запишани ученици 2021-2022	Број на запишани ученици X одделение, учебна 2022-2023 година
Антони Атанас	Валона , Саранда	87	34
Енвер Ќираџи	Корча , Поградец	65	28
Хамди Бушати	Скадар	425	153
Хотелиери Туризам	Тирана	641	200
Хисен Цела	Драч	494	133
Исуф Ѓата	Корча	93	41
Колин Ѓока	Леже	169	34
Кристо Исак	Берат	144	46

Училиште	Регион	Вкупен број на запишани ученици 2021-2022	Број на запишани ученици X одделение, учебна 2022-2023 година
Професионалци			
Земјоделци Камила	Тирана , Камез	368	93
Сали Цека	Елбасан	274	69
Трговци	Валона	305	102
Назми Рушити			19
Вкупно		3065	952

Референци:

<https://eurydice.eacea.ec.europa.eu/national-education-systems/albania/overview>

<https://qbz.gov.al/eli/liqi/2017/02/16/15-2017>

https://www.unitir.edu.al/images/dokumenta/Legjislacion/Liqj_80-2015_22.07.2015.pdf

<https://ualbania.al/pages/universitetet.html>

<https://qbz.gov.al/eli/liqi/2017/02/16/15-2017>

Национална стратегија за образование (<https://arsimi.gov.al/wp-content/uploads/2021/05/Draft-Strategjia-per-Arsimin-2021-2026-1.pdf>

DIHA и Фондацијата Ф. Ерберт , „СТРУЧНО ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУКА ВО АЛБАНИЈА“

Компаниите бараат подобро квалификувана работна сила во Албанија (видете

https://www.diha.al/fileadmin/user_upload/PDF-

[Unterlagen/Konjunkturumfragen/Report_on_Poll_Results_-_EN.pdf](https://www.diha.al/fileadmin/user_upload/PDF-Unterlagen/Konjunkturumfragen/Report_on_Poll_Results_-_EN.pdf)

ПРЕГЛЕД НА РЕГУЛАТОРНАТА РАМКА И ОБЕЗБЕДУВАЊЕ НА ПОСРЕДНО И ВИСОКО СООБРАЗОВАНИЕ ВО АЛБАНИЈА, јануари 2022 година, (видете

[https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-05/Review%20of%20the%20Regulatory%20Framework%20and%20Provision%20of%20Post-Secondary%20and%20Higher%20VET%20in%20Albania.pdf)

[05/Review%20of%20the%20Regulatory%20Framework%20and%20Provision%20of%20Post-Secondary%20and%20Higher%20VET%20in%20Albania.pdf](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-05/Review%20of%20the%20Regulatory%20Framework%20and%20Provision%20of%20Post-Secondary%20and%20Higher%20VET%20in%20Albania.pdf)

Преглед на системот за стручно образование и обука во Албанија, вклучувајќи компаративна анализа со избрани земји од Централна и Западна Европа и Балканскиот регион, мај 2020 година, автор: г-ѓа Анет Хилперт, објавено со помош на Швајцарската развојна соработка, преку Програмата за развој на вештини за вработување – фаза на консолидација , имплементирана од УНДП Албанија,

[https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-06/VET%20English%20Online_Oct%202%5B1%5D%5B26%5D.pdf)

[06/VET%20English%20Online_Oct%202%5B1%5D%5B26%5D.pdf](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-06/VET%20English%20Online_Oct%202%5B1%5D%5B26%5D.pdf)

КРАТОК ИЗВЕШТАЈ ЗА ДРЖАВАТА – АЛБАНИЈА, Интегриран процес на следење на

Препораката на Советот на ЕУ за стручно образование и обука и Декларацијата од

Оснабрик, Фондација за обука, 2022 година

2.2 Образовен систем во Косово

Мапирањето на стручното образование и обука (СОО) во Косово, особено во туристичката индустрија, подразбира темелно испитување на тековниот систем за СОО, неговата усогласеност со барањата на пазарот на трудот, пречките со кои се соочуваат и областите што би можеле да се подобрат за да се развие работна сила со потребните вештини за поддршка на експанзијата на индустријата.

1. Идентификување на клучните засегнати страни

Важни страни вклучени во косовскиот туристички сектор за стручно образование и обука се работодавачите, учениците и индустриските групи, владините агенции задолжени за туризмот и образованието, како и установите за стручно образование. Сепак, институциите за стручно образование и обука се борат да понудат висококвалитетно образование, главно поради недоволно финансирање, и покрај плановите за политика насочени кон подобрување на секторот за стручно образование. Потребите за практична обука, кои се од суштинско значење за туристичката индустрија, не се доволно земени предвид во механизмите за финансирање на институциите за стручно образование и обука. Иако законодавството им дозволува на стручните училишта да бараат дополнителни приходи преку активности надвор од јавното финансирање или преку придонеси и подароци, формулата за финансирање на образованието не ги зема предвид карактеристиките на стручното образование и обука. Од витално значење е да се продолжи напред со поедноставување на бирократските процеси за генерирање пари и поддршка на институциите за стручно образование и обука во нивните напори.

2. Разбирање на рамката за стручно образование и обука

Моменталната состојба на рамката за стручно образование и обука на Косово покажува дека системот е поставен со користење на специјализирани профили за да ги задоволи барањата на пазарот на трудот. Сепак, низ целото истражување, постои потреба од ажурирање на програмите за стручно образование и обука за да ги одразат промените на пазарот на трудот и економијата.

Јавно-приватните соработки, кои се од суштинско значење за максимизирање на понудата на стручно образование и обука и вклучување на работно искуство во образованието, претставуваат можности за подобрување на системот за стручно образование и обука. Иницијативи како што е формирањето соработка помеѓу бизнисите и институциите за стручно образование и обука за подобрување на практичните способности за учење на студентите се овозможени преку вакви партнерства. Проектот KSV/020¹⁶, кој е заеднички поддржан од Големото Војводство Луксембург и Владата на Косово, е значаен потфат во овој поглед. Неговата цел е да ја зајакне и реструктурира рамката за управување на системот за стручно образование и обука во Косово. Оваа иницијатива им го олесни на студентите стекнувањето професионално искуство во бизнисите и го промовираше спроведувањето на

¹⁶<https://luxdev.lu/en/activities/project/KSV/020>

сетови за сертификација создадени во соработка со партнери од приватниот сектор во Европа, спојувајќи ги академските знаења со вештини за вработување.

Дури и со овие обиди, проблеми како што се училиштата за стручно образование и обука кои се специјализирани за профили кои не одговараат на барањата на пазарот, бидејќи не е спроведено темелно проучување и истражување пред донесување одлуки, сè уште постојат. Две главни области кои сè уште бараат подобрување се извршувањето на стратешките документи и ревизијата на курсевите за стручно образование и обука за подобро да одговараат на пазарот на трудот. Вклучувањето на нови технички методологии, како што е користењето на Arduino комплети за проекти, покажа охрабрувачки напредок во зголемувањето на практичните вештини на учениците.

Со цел да се намали невработеноста кај младите и да се промовира економскиот раст, императив е да се развие поотпорен и усогласен со индустријата систем за стручно образование и обука, кој може да се изгради врз основа на постојните партнерства и напори.

3. Собирање податоци за давателите на стручно образование и обука

Име на давател на стручно образование и обука	Локација	Контакт информации: Е-пошта/Телефон
SHML 7SHTATORI	ПРИШТИНА	Musli.d@outlook.com
ШМЕ,, ИЛИ ХАДРИ,,	ПЕЈАЧ	coordinators.shme@gmail.com
Факултет за менаџмент во туризам, угостителство и животна средина - „Хаџи Зека“	Пеја	bedri.millaku@unhz.eu

4. Анализа на наставната програма

Темелен пристап кон стручното образование во Косово е откриен преку анализата на Учењето: Резултати, Структурата на наставната програма и курсевите, Компонентите за практична обука, Усогласувањето со индустријата, Технолошката интеграција и Услугите за поддршка на студентите низ трите наставни програми за кулинарски уметности („Кужињер“), менаџмент во туризмот и угостителството и „Асистент“ и Мои приоритети Хотелиер“ (асистент во хотелско угостителство).

Акцентот на сите три наставни програми е ставен на опремување на студентите со применливи информации и вештини од реалниот свет за работната сила. Нивната цел е да развијат професионалци кои поседуваат широко познавање на кулинарската уметност, угостителството во хотелите и туристичките стоки и услуги. Како резултат на

усогласувањето на утврдените цели на учење со барањата на индустријата, студентите ги завршуваат своите курсеви подготвени за работната сила.

Курсевите покажуваат како да се постигне рамнотежа помеѓу основните знаења и специфичните технички способности. Холистичкиот образовен пристап е поткрепен со вклучување на професионални курсеви како што се кулинарство и основен туризам, како и општообразовни теми како јазици и математика. Со цел да ги подготви студентите за ситуации од реалниот свет, рамката покажува јасен премин од теоретски основи кон специјализирани практични апликации.

Сите програми ставаат висок приоритет на практичната обука, вклучувајќи индустриски вработувања, стажирања и обука на работното место. За студентите да стекнат лично искуство и да го намалат јазот во знаењето помеѓу академските студии и примената во реалниот свет, овој вид на изложеност е од суштинско значење. Соработката на индустријата во нудењето на овие можности укажува на интегриран пристап кон стручното образование.

Со цел да се гарантира дека вештините што се учат се барани, засегнатите страни од индустријата се вклучени во процесот на дизајнирање на наставните програми. Програмите гарантираат дека образованието што се дава останува релевантно и ги задоволува и сегашните и идните пазарни барања преку интегрирање на специјалисти од индустријата во креирањето и надградбата на наставните програми.

Иако се споменува спроведување истражувања преку интернет, би било предност да се користи поспецијализирана технологија за управување со угостителството и туризмот. Степенот и ефективноста на овој вид интеграција се клучни компоненти на современото стручно образование и имаат потенцијал значително да го подобрат образовниот процес.

Наставната програма се залага за посветеност на развој на вештини и доживотно учење. Постоењето на процедури за континуиран развој и обезбедување квалитет укажува дека образовниот систем е флексибилен и чувствителен на променливите индустриски барања и академските стандарди.

Програмите за стручно образование и обука во туристичката и угостителската индустрија во Косово покажуваат посветеност на нудење темелно, практично базирано образование усогласено со индустријата. Тие ги обучуваат учениците за работни места на почетно ниво и напредување во кариерата во индустријата. Но, за да се одржат овие програми ефикасни, потребна е континуирана проценка и ревизии што ги земаат предвид најновите случувања во технологијата, трендовите и придонесот од партнерската индустрија.

2.2.1. Рамка на наставни програми за туристичкиот сектор

РАМКА ЗА НАСТАВНА ПРОГРАМА 1

Наслов на програмата: Готвач

Код на програмата: N/A

Времетраење на програмата: ТРИ ГОДИНИ KL.10.11.12

Целна публика: Сите ученици кои завршиле основно образование до 17 години можат да го следат курсот „Готвач/Кужињер“. Достапни се и часови за возрасни по 17 години со забрзано учење.

Опис на програмата: Обуката за кулинарски менаџмент развива професионални компетенции во теоретското и практичното учење според дуалниот систем. Ги квалификува студентите како готвачи, подготвувајќи ги за непосредно вработување.

Резултати од учењето: Наведете ги специфичните резултати од учењето што се очекува да ги постигнат учениците по завршувањето на програмата. Осигурајте се дека овие резултати се јасни, мерливи и усогласени со потребите на индустријата.

1. Готвач ниво I и II
2. Кујнски асистент
3. Вработување во хотелски претпријатија почнувајќи од 11-то одделение согласно трудовото право

Структура и редослед на програмата: Наведете ја структурата на програмата, вклучувајќи го и редоследот на курсеви/модули што ќе ги следат учениците. Опишете ги сите основни или изборни компоненти и сите предуслови.

План за настава за стручно образование(Угостителство и туризам), Ниво III или IV.			
П а .	Код	Курсеви и модули за учење	Неделни/го дишни часови
			Одделение... 13
A		Општи предмети (вкупно)	
1		англиски	
2		германски	
3		француски	
4		Математика	
5		Физичко образование	
Б		Стручни предмети (вкупно)	

1		Основи на туризмот	
2		Познавање на прехранбени производи	
3		Биологија со хигиена	
4		Основи на хотелската услуга	
5		Живинарство	
Ц		Задолжителни модули за професионална пракса (вкупно)	
1		Љубезност и хигиена	
2		Запознавање со кујнските оддели	
3		Основи на готвење, видови месо	
4		Подготовка на појадок и неговите видови	
5		Подготовка на зеленчук	
6		Подготовка на вегетаријански јадења	
		Вкупно А+Б+В	

Компоненти на практична обука: Сите студенти спроведуваат практична обука во училишта и туристичко-хотелски претпријатија. Претпријатијата нудат ангажман во угостителската индустрија за пракса и ги компензираат студентите според договорот со училиштето.

Ангажман на индустријата: Програмата активно соработува со туристичката и угостителската индустрија за да се осигури дека наставната програма е релевантна за индустријата и ажурирана. Партнерствата со локалните хотели, ресторани и кулинарски здруженија се составен дел, обезбедувајќи им на студентите основни работни места и чиракувања.

Вештини релевантни за индустријата: Програмата „Готвач“ има за цел да развие широк спектар на вештини кои се клучни за кулинарските и угостителските професионалци, вклучувајќи:

Кулинарска експертиза: Мајсторство во различни техники на готвење, избор на состојки и развој на рецепти.

Услуга на клиентите: Развивање на меѓучовечки вештини, разбирање на потребите на клиентите и обезбедување висококвалитетна услуга.

Безбедност и хигиена на храната: Спроведување на прописите за безбедност на храната и одржување на хигиенските стандарди во кујната и трпезаријата.

Маркетинг: Основи на маркетингот за да се разбере како да се промовираат кулинарски услуги и производи.

Усогласеност со потребите на индустријата: Програмата „Готвач“ е тесно поврзана со еволуирачките потреби на туристичката и угостителската индустрија. Вклучува нови трендови како што се концептите „од фарма до трпеза“, употребата на органски и локално набавени состојки и растечкиот акцент на менија кои се грижат за здравјето. Наставната програма редовно се ажурира во консултација со индустриските партнери за да ги вклучи модерните кулинарски техники, најновите здравствени и безбедносни стандарди.

Можности за вработување:

Интеграција на технологија: Програмата „Господар“ се обидува да интегрира технологија за да го подобри образовното искуство и да обезбеди студентите да бидат вешти со алатки релевантни за современата кулинарна област.

Услуги за поддршка на студенти: Програмата „Шеф“ нуди низа услуги за поддршка дизајнирани да им помогнат на учениците во нивното академско патување и подготовка за кариера, вклучувајќи: Посветени советници им помагаат на студентите да се снајдат во наставната програма, да ги изберат вистинските модули и да обезбедат насоки за справување со академските предизвици, како и професионални советници за кариера кои нудат совети за потенцијални кариерни патеки, им помагаат на студентите да ги разберат очекувањата во индустријата и да се подготват за пазарот на трудот.

Механизам за континуирано подобрување: Се одржуваат редовни состаноци со засегнатите страни, вклучувајќи студенти, алумни, работодавачи и наставен кадар, за да се дискутира напредокот на програмата и областите за подобрување. Овие состаноци служат како платформа за транспарентна комуникација и заедничко донесување одлуки.

Најдобри практики и споредување: Програмата „Господар“ вклучува неколку најдобри практики и споредби од успешни програми за стручно образование и обука поврзани со туризмот на глобално ниво. Наставната програма е дизајнирана во согласност со меѓународните кулинарски стандарди, усвојувајќи ги најдобрите практики од реномирани кулинарски училишта.

РАМКА ЗА НАСТАВНА ПРОГРАМА 2

Наслов на програмата: Асистент за угостителство

Код на програмата:

Времетраење на програмата: Три години

Целна публика: Образование во профилот „Асистент во угостителство“ можат да посетуваат сите млади мажи и жени кои успешно завршиле деветгодишно задолжително образование и не се постари од 17 години. По исклучок, лица до 24 години можат да се запишат на програми за високо стручно средно образование, со одобрение од Наставничкиот совет на училиштето, во согласност со одредбите на Министерството за

образование, со кои се регулираат условите и критериумите за запишување на ученици во средните стручни училишта.

Во посебни случаи, кога барањата за следење на ова образование се повисоки од реалните капацитети на стручните училишта, Министерството за образование подготвува посебни упатства со посебни критериуми за прием за овие училишта.

Опис на програмата: По завршувањето на образованието во профилот „Асистент во угостителство“, кај студентот ќе се развие збир на професионални компетенции, кои ќе му послужат за понатамошно образование и стручно усовршување, како и за успешно вработување во соодветните служби:

- Работни места како асистенти на шалтер, во барови, во кантини (болници, малопродажни објекти, студентски домови, во болници, воени кантини/ресторани), во слаткарници
- Помошни работни места во хотелската служба, во ресторанот и банкет салите
- Помошни работни места во гастрономијата, во кујни и слаткарници на хотели и ресторани, во кујни за социјална храна (болници, малопродажба, студентски домови, во болници, воени кујни), како и ресторани и индивидуални слаткарници, како основен бизнис.

Резултати од учењето: Врз основа на ова, студентот кој успешно ќе го заврши образованието во профилот „Асистент во угостителство“, ниво I и II, може да се вработи како асистент во угостителски претпријатија, на позиции кои извршуваат помошни функции, поврзани со хотелските услуги и ресторанот, вклучувајќи работни места:

1. Во хотелски услуги во хотелски објекти, во ресторански сали, банкет сали, во барови, тераси, градини, базени и слаткарници во хотели
2. Во услуги и независни објекти, како што се ресторани, барови, кафетерии, катчиња, бифеа
3. Во угостителските или прехранбените услуги на работниците во корпорациите
4. Во угостителските услуги - институционална или споредна храна (храна во училишта, универзитети и колеџи, храна во болници, храна во воени мензи, во затвори и во домови за стари лица - за стари лица, за посебна здравствена заштита и за баратели на азил)
5. Во услуги во комерцијални или малопродажни објекти (ресторани и хипермаркети),
6. Во услуги за храна и пијалоци во туристички превоз (авиони, возови и бродови)
7. Во услугите за храна и пијалоци во рамките на угостителските услуги, надвор од основните објекти.

Структура и низа на програмата: Студентот ќе стекне познавање на:

- Користење и одржување на сервисни алатки и инвентар.
- Спроведување подготовки пред послужување во ресторани.

- Подредување и поставување маси според резервации и менија.
- Подготовка на бензински пумпи и помош при послужување храна.
- Разликување на различни системи на хотелски услуги, вклучувајќи француски, англиски, виенски, англо-американски и руски стилови.
- Помагање во угостителските услуги и организација на услуги за храна во социјални кантини и туристички превоз (авиони, возови, бродови).
- Пречекување на клиенти и управување со нарачки и услуга за пијалоци.
- Ракување со разни задачи на шалтерот, вклучително и подготовка и сервирање пијалоци.
- Помагање во подготовката на основни сосови, ладни антипасти, супи, јадења со риба и месо, како и вегетаријански предјадења и гарнитуре.
- Развивање основни рецепти за јадења и десерти, како и овошни салати.
- Поддршка на маркетиншките напори и почитување на стандардите за хигиена, безбедност и доверливост.
- Овие вештини ги подготвуваат студентите за сеопфатни услужни улоги во угостителската индустрија.

План за настава за стручно образование(Угостителство и туризам),					
Ниво III или IV					
Па.	Код	Курсеви и модули за учење	Неделни/годишн и часови		
			Класа... 10	11-то одделение	12-то одделение
A.		Општи предмети (вкупно)			
1		Албански јазик и литература	10	9	10
2		Англиски јазик	10	9	10
3		Германски јазик	10	9	10
4		Математика	10	9	10
5		Граѓанско образование	10	9	10
6		Физичко образование и здравје	10	9	10

План за настава за стручно образование(Угостителство и туризам), Ниво III или IV					
Па.	Код	Курсеви и модули за учење	Неделни/годишн и часови		
			Класа... 10	11-то одделение	12-то одделение
Б		Стручни предмети (вкупно)	Класа... 10	11-то одделение	12-то одделение
1		Информатичка технологија и комуникации	16	14	10
2		Основи на туризмот и хотелското угостителство	16	14	10
3		Основи на бизнисот и хотелското угостителство	16	14	10
4		Германски јазик и туризам	16	14	10
5		Кодекс на однесување и професионално гостопримство	16	14	10
6		Познавање на стоки и залихи	16	14	10
7		Туристичка географија	16	14	10
8		Основи на сметководството	16	14	10
9		Работни процеси во хотелското угостителство 10	16	14	10
10		Основи на хигиена и безбедност на храната	16	14	10
11		Основи на маркетингот	16	14	10
12		Основи на гастрономијата I и II	16	14	10
13		Организација на хотелски претпријатија I и II	16	14	10
14		Основи на прехранбената технологија	16	14	10
15		Работни процеси во хотелското угостителство 11	16	14	10

План за настава за стручно образование(Угостителство и туризам), Ниво III или IV					
Па.	Код	Курсеви и модули за учење	Неделни/годишн и часови		
			Класа... 10	11-то одделение	12-то одделение
16		Комуникација и угостителство	16	14	10
17		Работни процеси во хотелското угостителство 12	16	14	10
18		Изборни предмети (по избор на училиштето)	16	14	10
Ц.		Задолжителни модули за професионална пракса (вкупно)			
		Вкупно А+Б+В			

Компоненти на практична обука: Програмата „Асистент во угостителство“ нуди можности за практична обука дизајнирани да го надополнат теоретското знаење стекнато во училищата. Тие вклучуваат учество во проекти од реалниот свет, вклучувајќи управување со настани и услуги за кетеринг, за развој на вештини за тимска работа и управување со проекти.

Ангажман во индустријата: Програмата „Асистент за угостителство“ тесно се поврзува со туристичката индустрија преку соработка со локални хотели, ресторани и угостителски бизниси.

Вештини релевантни за индустријата: Програмата „Асистент во угостителството“ е дизајнирана да развие витални вештини за угостителскиот сектор.

Усогласување со потребите на индустријата: Програмата „Асистент за угостителство“ се фокусира на развивање на клучни вештини како што се услуга на клиенти, управување со настани итн.

Можности за вработување: Дипломираните студенти на програмата „Асистент во угостителството“ имаат разновидни можности за вработување во секторот туризам и угостителство.

Технолошка интеграција: Користиме некои дигитални ресурси

Услуги за поддршка на студенти:

Програмата нуди широк спектар на услуги за поддршка на студентите. Ова вклучува академско советување, каде што советниците се достапни за да им помогнат на студентите

при избор на курсеви и академско планирање. Дополнително, се обезбедува и кариерно советување, каде што професионалните кариерни советници ги водат студентите кон потенцијални кариерни патеки во угостителската индустрија, помагаат при составување на биографија и ги подготвуваат за интервјуа за работа, осигурувајќи се дека се добро опремени за нивните идни кариери.

Механизам за континуирано подобрување: програмата користи механизам за континуирано подобрување за да остане актуелна и ефикасна. Редовно се собираат повратни информации од студенти, индустриски партнери и други засегнати страни.

Најдобри практики и споредување: Клучните аспекти вклучуваат силна соработка со индустријата, фокус на практична обука. Програмата нагласува одржливи практики и спроведува редовни прегледи на наставните програми врз основа на повратни информации од индустријата.

РАМКА ЗА НАСТАВНА ПРОГРАМА 3

Наслов на програмата: Менаџмент во туризмот, угостителството и животната средина

Код на програмата: Високо образование – Прв циклус на Болоњска диплома Ниво 6

Времетраење на програмата: Три години

Целна публика: 50 студенти

Опис на програмата: Туристичкиот регион Пеќ има голем потенцијал за развој на туризмот, со оглед на фактот дека градот е опкружен со планини што го прави ова место уникатно, па затоа програмата е фокусирана на туризмот и угостителството.

Резултати од учењето:

1. Подготовка на туристички експерти
2. Познавање и подготовка на туристичкиот производ
3. Студентите се подготвуваат за пазарот на трудот

Структура и редослед на програмата :

ПРВА ГОДИНА зимски семестар					
Семестри I			Часови / недела		
Н е.	На/З	ПРЕДМЕТИ	Л	У	ЕКТ С
1	За	<u>Управување</u>	2	2	6
2	За	<u>Вовед во туризмот</u>	2	2	6
3	За	<u>Математика за туризам</u>	2	2	6
4	За	<u>Микроекономија</u>	2	2	6

5	3а	<u>Основи на бизнисот во туризмот и угостителството</u>	2	2	6
		Вкупно	10	10	30

Прва година, пролетен II семестар					
Н е.	На /З	ПРЕДМЕТИ	Л	У	ЕКТ С
1	3а	<u>Информатика</u>	2	2	6
2	3а	<u>Макроекономија</u>	2	2	6
3	3а	<u>Академско пишување</u>	2	2	6
4	3а	<u>Вовед во статистиката</u>	2	2	6
5	3а	<u>Сметководство</u>	2	2	6
		Вкупно	10	10	30

Втора година III зимски семестар					
Семестар III					
Н е.	На/З	ПРЕДМЕТИ	Л	Е	ЕКТ С
1	3а	<u>Деловно право</u>		2	6
2	3а	<u>Управување со храна и пијалоци</u>	2	2	6
3	3а	<u>Финансии во туризмот</u>	2	2	6
4	3а	<u>Културно наследство и туризам</u>	2	2	6
5	3а	<u>Туризам и туристички маркетинг</u>	2	2	6

		Вкупно	1 0	1 0	6
--	--	---------------	----------------	----------------	----------

Втора година IV пролетен семестар					
Н е.	На /3	ПРЕДМЕТИ	Л	У	ЕКТ С
1	3а	<u>Даноци и корпорации</u>	2	2	6
2	3а	<u>Претприемништво</u>	2	2	6
3	3а	<u>Управување со човечки ресурси/</u>	2	2	6
4	3а	<u>Финансиска анализа во туризмот</u>	2	2	6
5	3а	<u>Англиски јазик 1</u>	2	2	6
		Вкупно	10	10	30

ТРЕТА ГОДИНА V зимски семестар					
Н е.	На/ 3	ПРЕДМЕТИ	Л	У	ЕКТС
1	3а	<u>Управување со туристички патувања</u>	2	2	6
2	3а	<u>Економија на туризмот и бизнисот</u>	2	2	6
3	3а	<u>Практично учење</u>	0	2	6
4	3а	<u>Развој на производи во туризмот и угостителството</u>	2	2	6
5	Со	<u>Туризам и хотелски менаџмент</u>	2	2	6
6	Со	<u>Бизнис средина и туризам</u>	2	2	6

7	Со	<u>Англиски 2</u>	2	2	6
		Вкупно	14	14	42

Трета година, VI пролетен семестар					
Не .	На/ 3	ПРЕДМЕТИ	Л	У	ЕКТС
1	За	<u>Одржлив туризам</u>	2	2	6
2	За	<u>Меѓународен туризам</u>	2	2	6
3	За	Тези (дипломска работа)	4	4	8
4	Со	<u>Туристички агенции</u>	2	2	6
5	Со	<u>Истражување на туристичкиот пазар</u>	2	2	6
6	Со	<u>Електронски бизнис и туризам</u>	2	2	6
		Вкупно	14	14	36
Модул за туризам VI семестар			Часовна-недела		
Па .	За	ПРЕДМЕТИ	Л	У	ЕКТС
1.	За	<u>Туристички пазар</u>	2	2	5
2.	За	<u>Туристичка економија и бизнис</u>	2	2	5
3.	За	<u>Туристички производ</u>	2	2	5
4.	За	Теза	2	0	10
5.	Г-дин	<u>Туристички агенции</u>	2	2	5

6	Г-дин	Информациони системи и резервации во туристички агенции	2	2	5
		ВКУПНО			30/180 ИТН
Трета година					
Модули за угостителство VI семестар			Часовна-недела		
Па .	За	ПРЕДМЕТИ	Л	У	ЕКТС
1.	За	Хотелската индустрија	2	2	5
2.	За	Наука за храна	2	2	5
3.	За	Бизнис хотел	2	2	5
4.	За	Теза	2	0	10
5.	Г-дин	Услуга на клиентите во хотели	2	2	5
6.	Г-дин	Информациони системи и хотелски резервации			5
		ВКУПНО			30/180 ИТН
Трета година					
Модул за животна средина VI семестар			Часовна-недела		
Па .	За	ПРЕДМЕТИ	Л	У	ЕКТС
1.	За	Интегрирано управување со водните ресурси	2	2	5
2.	За	Загадување и заштита на почвата	2	2	5
3.	За	Методи на истражување	2	2	5
4.	За	Теза	2	0	10

5.	Г-дин	Третман на (микро)загадувачи во почвата и системите за отпадни води	2	2	5
6.	Г-дин	Вовед во еколошката технологија	2	2	5
		ВКУПНО			30/180 ИТН

Компоненти на практична обука: Практикантската работа се одржува во угостителски и туристички организации

Ангажман на индустријата: Соработуваме со Индустрискиот одбор

Вештини релевантни за индустријата: Професионален персонал за туризмот и хотелиерството се обучува

Усогласување со потребите на индустријата: Податоците за рамката ги обезбедува индустријата. Вака подготвуваме кадри за индустријата.

Можности за вработување: Студентите што ги обучуваме потоа се вработуваат во хотелиерската и туристичката индустрија

Интеграција на технологија: Интернетот се користи за податоци и истражување

Услуги за поддршка на студенти: Секогаш нудиме помош за време на обуката за студентите, како и ги советуваме во врска со нејаснотии со кои може да се соочат.

Механизам за континуирано подобрување: Имаме посебна канцеларија за квалитет, секогаш со цел најдобра можна подготовка

Најдобри практики и споредување: Програмите секогаш се споредуваат и ние ги избираме најсоодветните од професионална гледна точка.

5. Мапирање на понуди за курсеви:

Следува матрица за мапирање на курсевите за стручно образование и обука (VET) што ги нудат различни институции во Косово во однос на целните сектори во рамките на туристичката индустрија. Целта е да се истакне разновидноста и достапноста на овие програми и нивната усогласеност со специфичните туристички сектори, обезбедувајќи увид за засегнатите страни во образованието и планирањето на индустријата.

Обезбедувач на стручно	Понудени курсеви	Целен туристички сектор
------------------------	------------------	-------------------------

образование и обука		
SHML 7SHTATORI	Кулинарска уметност („Кужињер“)	Кулинарство/Угостителство
ШМЕ,, или ХАДРИ,,	„Асистент и Микпритјес“ Асистент во угостителство	Угостителски/хотелски услуги
Факултет за менаџмент во Туризам, Хотелиери и Месинг	Менаџмент во туризам и угостителство	Менаџмент во туризмот/Еколошки туризам

Резултирачката матрица (Табела 1) ја илустрира усогласеноста на курсевите за стручно образование и обука со целните туристички сектори во Косово. Идентификувани се три главни даватели на стручно образование и обука: SHML 7SHTATORI, SHME, ALI HADRI, и Факултети за менаџмент во Туризам, Хотелиери и Мједис. Нивните курсеви беа мапирани според релевантни туристички сектори како што се кулинарство/угостителство, угостителство/хотелски услуги и туристички менаџмент/еколошки туризам.

Курсевите се движат од кулинарски уметности, со фокус на кулинарскиот и угостителскиот сектор, до посеопфатни програми како што се туризам и менаџмент во угостителството, кои се занимаваат со пошироки менаџерски улоги во туризмот.

6. Соработка со индустријата: Истражување како давателите на стручно образование и обука соработуваат со туристичката индустрија за да ја развијат својата наставна програма, да понудат работни места и да олеснат пракси. Проценка на нивото на вклученост на индустријата во обликувањето на програмите за обука.

Во Косово, туристичката индустрија е витален сектор кој бара квалификувани професионалци. Давателите на стручно образование и обука играат значајна улога во подготовката на студентите за оваа индустрија. Ефективната соработка во индустријата е клучна за да се обезбеди дека овие програми ги задоволуваат реалните барања на туристичкиот сектор.

Анализата откри различни степени на соработка во индустријата меѓу трите даватели на стручно образование и обука:

- SHML 7SHTATORI (Кулинарски уметности): Наставната програма вклучува ангажман во индустријата првенствено преку локални кулинарски бизниси за практична работа и практична обука.

- ШМЕ, , АЛИ ХАДРИ,, (асистент во угостителство): Оваа програма демонстрираше силни индустриски врски, со партнерства за практична обука во хотелски и угостителски услуги.
- Факултет за менаџмент во Туризам , Хотелиери и Мједис (Управување со туризам и угостителство): Соработката е очигледна во форма на партнерство со локалните туристички бизниси и еколошките организации.

Соработката меѓу индустријата во косовските програми за стручно образование и обука за туризам е присутна, но може да се подобри. Зајакнувањето на овие соработки би можело да доведе до наставни програми порелевантни за индустријата, подобри можности за обука и поефикасна подготовка на студентите за туристичката работна сила. Се препорачува континуирано ангажирање со засегнатите страни во индустријата за да се обезбеди дека програмите за стручно образование и обука остануваат одговорни на динамичните потреби на туристичкиот сектор.

2.3 Образовен систем во Македонија

Мапирањето на стручното образование и обука (СОО) во туристичката индустрија вклучува разбирање на различните компоненти на системот за СОО и како тие се поврзани со туристичкиот сектор. Еве еден чекор-по-чекор водич за тоа како да се изврши мапирање на туризмот за СОО:

- Идентификување на клучните засегнати страни:** Одредување на клучните засегнати страни вклучени во туристичкиот сектор за стручно образование и обука, како што се институции за стручно образование, здруженија на туристички индустрии, работодавци, ученици и владини агенции одговорни за образованието и туризмот.
- Разбирање на рамката за стручно образование и обука:** Националната или регионалната рамка за стручно образование и обука и системот за двојна обука и нејзините политики и прописи поврзани со туризмот. Наведете ги владините мерки за привлекување на студенти кон стручно образование и обука. Идентификувајте ги специфичните квалификации, сертификати и стандарди за компетентност релевантни за туристичката индустрија. Исто така, дадете дијаграм за структурата на образованието и обуката во земјата.
- Собирање податоци за давателите на стручно образование и обука:** Составување список на даватели на стручно образование и обука кои нудат курсеви и програми поврзани со угостителството и туризмот. Ова вклучува стручни училишта, платформи за онлајн обука итн.

Име на давател на стручно образование и обука	Локација	Контакт информации: [Е-пошта/Телефон]
СУГС Лазар Танев	Скопско	info@lazartanev.edu.mk
АУТП Ванчо Питошевски	Охрид	pitoseski@yahoo.com
СОУ Наум Наумовски Борче	Крушево	nnborce@gmail.com
СОУ Коле Нехтенин	Штип	contact@kolenehtenin.edu.mk
СОУ Јосиф Јосифовски	Гевгелија	soujj@josifjosifovski.edu.mk
Средно училиште „Ѓорче Петров“	Крива Паланка	sougorcepetrov@yahoo.com
СОУ Таки Даскало	Битола	takidaskalobitola@gmail.com
Нико Нестор СОУ	Струга	sounikonestor@gmail.com

Име на давател на стручно образование и обука	Локација	Контакт информации: [Е-пошта/Телефон]
ССОУ Коле Неделковски	Велес	kolenedelkovski@yahoo.com
ССОУ Моша Пијаде	Тетово	mosapijedi@t-home.mk
Свети Наум Охрид	Македонски Брод	naumbrod@t.mk
САБА - Академија за бизнис администрација	Скопско	info@saba.edu.mk
ОСУ Ацо Русковски	Берово	aruskovski@yahoo.com
Факултет за туризам и организациски студии	Охрид	ftu@uklo.edu.mk
УТМС	Скопско	contact@utms.edu.mk
Факултет за туризам и бизнис логистика	Контакт	biljana.conevska@ugd.edu.mk
Агенција за промоција и поддршка на туризмот	Скопско	info@tourismmacedonia.gov.mk
ЖЕШКО	Охрид	hotam.contact@gmail.com
ОГУДУ Кочо Рацин	Скопско	ruracin1@t.mk
Институт КОНЦЕПТ	Скопско	institut@koncept.com.mk
Кулинарни консултанти на ФЈ	Скопско	info@fj-culinaryconsultants.com
Противпожарна академија КОУЗОН	Скопско	info@kouzon.com.mk
РЕЦЕНТ Консалтинг за угостителство	Скопско	info@regent.mk

4. **Анализа на наставната програма:** Прегледувањето на наставната програма на програмите за стручно образование и обука поврзани со туризмот бара структурирана рамка за систематска проценка на понудените курсеви, резултатите

од учењето, компонентите за практична обука и усогласеноста со потребите на индустријата.

2.3.1. Рамка на наставни програми за туристичкиот сектор

Програмата „Угостителство и туризам“ што ја нудат училиштата во Северна Македонија има структура 3+1 .

Успешното завршување на професионалната квалификација „Угостителство и туризам“ (три години) на ниво III од Квалификацијата за угостителски и туристички услуги (QHTS) го опремува студентот со сертификат за делумно квалификуван работник (стручна диплома) во оваа област, со право да продолжи со образованието на ниво IV од QHTS за професионална квалификација (една година), во еден од наставните профили на оваа програма:

1. Хотелски и ресторански техничар
2. Хотелски и туристички техничар
3. Техничар за настани и анимација
4. Техничар за угостителство
5. Техничар за угостителство во рурален туризам

Успешното завршување на стручното образование на програмата „Угостителство и туризам“ на ниво IV од QHTS му обезбедува на студентот Диплома за државно стручно образование, како и Сертификат за техничар во областа на хотелиерството и туризмот. Оваа квалификација му овозможува на студентот да влезе на пазарот на трудот за вработување во секторот за сместување, бизниси за храна и пијалоци, туристички агенции и туристички агенции, како и во сите сектори и бизниси што нудат услуги за сместување, храна, пијалоци, забава и настани. Со завршувањето на ова ниво, студентот има можност да продолжи со понатамошно образование на постсекундарно или универзитетско ниво.

Еве една сеопфатна рамка за водење на процесот на евалуација:

Наслов на програмата: Угостителство - Туризам

Код на програмата:

Времетраење на програмата: 1 година / НИВО 4

Целна публика:

Услови за прием за ученици во стручно образование во програмата „Угостителство и туризам“, Ниво IV од Квалификацијата за хотелски и туристички услуги (QHTS). Во училиштата што нудат стручно образование во програмата „Угостителство и туризам“, Ниво IV од Квалификацијата за хотелски и туристички услуги (QHTS), право да се запишат имаат сите млади лица кои:

- ☐ да имаат завршено стручно образование во еден од наставничките профили на ниво III од програмата „Угостителство и туризам“;
- ☐ Тие мора да бидат физички и психички способни да ги исполнат барањата на ова ниво на стручно образование.
- ☐ За оние со ограничени способности, училиштето создава услови и ја прилагодува програмата во согласност со нивните попречености.

Опис на програмата преку работа кај работодавач:

Целта на наставната програма за угостителство и туризам е студентот да стекне знаења, вештини и компетенции за:

- опишување на структурата и организацијата на работната организација, поврзување на теоријата и практиката на вистинско работно место
- работа и вработување
- извршување едноставни работни задачи во областа на работењето на хотелски ресторани
- послужување и сервирање главни, прилози, дополнителни и прилагодени оброци; идентификување на работните активности за време на сместувањето;
- примена и пракса на обезбедување услуги за сместување;
- примена на методи за услуга на под, правилно послужување и послужување на собите на гостите; објаснување на пликони за специјални јадења;
- организирање на сите видови свечени приеми;
- опслужување на различни видови свечени приеми и други угостителски настани и манифестации;
- демонстрирање начини на подготовка и довршување на јадења пред гостите;
- користење на методи за кредитирање и фактурирање;
- извршување на работа и задачи во сместувачкиот дел на хотелот за време на престојот на гостите;
- извршување на работата и задачите во сместувачкиот дел од хотелот по заминувањето на гостите; видовите и организацијата на анимациските содржини во хотелот;
- задоволството на туристите како мерка за квалитет во угостителството; карактеристиките и специфичностите на набавките и продажбата во хотел; пресметување на пресметката и цената на сместувачките капацитети во хотел;

Резултати од учењето:

Главните резултати од програмата за угостителство/туризам се да ги опремаат студентите со следните знаења, вештини и компетенции:

- да се толкуваат видовите анимирани содржини во хотелот
- да може да квалификува поделби на анимирана содржина во хотелот
- да организира анимирана содржина во хотелот
- објаснување на меѓународната гастрономија и нејзиното значење за туризмот; класификација на современите тенденции во гастрономијата;
- - толкување на понудата и побарувачката на гастрономски производи и услуги; идентификување на меѓународни организации поврзани со гастрономијата;
- - разликување на регионалните карактеристики на гастрономијата во светот.
- опишување на видовите услуги за сместување;

- идентификување на работните активности за време на службата за интернат;
- примена на методи за услуга на под, правилно послужување и послужување на собите на гостите; објаснување на пликови за специјални јадења;
- организирање на сите видови свечени приеми;
- опслужување на различни видови свечени приеми и други угостителски настани и манифестации;
- демонстрирање начини на подготовка и довршување на јадења пред гостите;
- набројување на методите за кредитирање и наплата;
- фактурирање со користење на современи системи за фактурирање; развивање принципи за одржлив развој во угостителството.
- опишување на структурата и организацијата на работната организација, поврзување на теоријата и практиката на вистинско работно место
- работа и вработување
- извршување едноставни работни задачи во областа на работењето на хотелски ресторани, сервирање и послужување главни, прилози, вонредни и прилагодени оброци; идентификување на работните активности за време на угостителскиот сервис;
- примена и пракса на обезбедување услуги за сместување;
- примена на методи за услуга на под, правилно послужување и послужување на собите на гостите; објаснување на пликови за специјални јадења;
- организирање на сите видови свечени приеми;
- опслужување на различни видови свечени приеми и други угостителски настани и манифестации;
- демонстрирање начини на подготовка и довршување на јадења пред гостите;
- користење на методи за кредитирање и фактурирање;
- извршување на работа и задачи во сместувачкиот дел на хотелот за време на престојот на гостите;
- извршување на работата и задачите во сместувачкиот дел од хотелот по заминувањето на гостите; видовите и организацијата на анимациските содржини во хотелот;
- задоволството на туристите како мерка за квалитет во угостителството; карактеристиките и специфичностите на набавките и продажбата во хотел; пресметување на пресметката и цената на сместувачките капацитети во хотел;

Програма за структура и секвенца:

План за настава за стручно образование (угостителство и туризам), Ниво IV.			
Па на	Код	Курсеви и модули за учење	Неделни/годи шни часови
			Класа... 9/231
A		Општи предмети (вкупно)	
1		Македонски јазик и литература	3
2		Англиски јазик	2
3		Спорт и спортски активности	2

План за настава за стручно образование (угостителство и туризам), Ниво IV.			
Па на	Код	Курсеви и модули за учење	Неделни/годи шни часови
			Класа... 9/231
4		Втор странски јазик	2
Б		Задолжителни модули за професионална пракса (вкупно)	4 (66)
1		Претприемништво и иновации	2
2		Агенциска работа	1
3		Работа во хотел	1
4		Туристички дестинации	2
Ц		Практична работа и вежби (вкупно)	6 (198)
Д		Изборни предмети	
1		Туристички водич	2
2		Управување со настани	2
		Одржлив развој на туризмот	2
		Кулинарски основи	2
		Математика	2
Е		Практично образование	198
		Учење преку работа кај вработен	6
		Вкупно А+Б+В	30/31 (960/ 992)

Компоненти на практична обука:

Наставната програма по предметот практична обука се спроведува преку демонстрирање, симулирање и изведување практични операции, вежби, практични задачи во канцеларии според агенциските и хотелските операции. За успешно стекнување знаења и вештини поврзани со психомоторната и психосоцијалната компонента, при организирањето и спроведувањето на наставата по овој предмет, треба да се спроведуваат одредени практични активности во соодветни претпријатија од туризмот и угостителството. Во исто време, потребно е да се спроведе наставата во блок часови за вежби за учениците во групи, парови и индивидуално.

„Учи паметно, работи професионално“ е кампања што ја спроведува Министерството за образование и наука на Северна Македонија со поддршка на Швајцарската агенција за развој и соработка.

Целта е промоција и унапредување на средното стручно образование и обука, а се базира на потребите на реалниот сектор, почнувајќи од отворањето на дуални паралелки во средните стручни училишта.

Дуалното образование подразбира реализација на практична работа во реномирани компании со кои училиштето има потпишано меморандум за соработка. Компаниите кои се вклучени во програмата за дуално образование им овозможуваат на учениците да реализираат практична настава со обучени ментори во реални работни услови, а во соработка со наставниците по практична настава.

За наставниците ова е можност за професионален развој и е многу значајна бидејќи на тој начин, тие го подобруваат образовниот процес како целина. Студентите стекнуваат и усовршуваат практични вештини со кои ќе бидат конкурентни на пазарот на трудот.

Овој систем им обезбедува образование кое гарантира нивно вработување во компаниите во кои се спроведува практичната обука. Секако, постои и можност за отворање сопствен бизнис и продолжување на образованието, сè во зависност од желбата на студентот. Овој нов концепт на образование им овозможува на студентите можност да добијат стипендија од Министерството за образование и култура. Дополнително, постои можност за добивање стипендија од компаниите во кои се изведува практичната настава.

Ангажман на индустријата:

Иако соработката со работодавачите во последните години е зголемена, таа не е доволна, ако зборуваме за квалитетно функционално стручно образование и обука. Според податоците земени од Центарот за стручно образование и обука, за учебната 2019/2020 година, во четиригодишното техничко стручно образование, во процесот на реализација на практична обука се вклучени 887 компании кои обезбедуваат практична обука на 8.876 ученици од вкупно 37.140 запишани ученици. Останатите 28.264 ученици ја извршуваат практичната обука во училиштето, без можност за одење кај работодавач.

Двојниот образовен систем го обврзува ученикот да има 6 часа или еден ден практична работа во училиштето или кај работодавачот во текот на целата година.

Усогласеност со потребите на индустријата :

Од перспектива на работодавците, потребно е да се балансира помеѓу владините политики, работната сила и достапноста на ресурси. Имајќи предвид дека стапката на преживување на претпријатијата во туристичката дејност е релативно непривлечна, инвестирањето во образование и вештини е можно да претставува најразумна опција за сопствениците на бизниси со цел да се подобри долговечноста на претпријатијата и да се создадат повеќе можности за создавање работни места. Според тоа, квалитетот на работната сила има важна улога во зголемувањето на продуктивноста, конкурентноста и профитабилноста.

Стопанската комора на Северна Македонија игра важна улога во поврзувањето на бизнис секторот со образовниот систем. Преку Центарот за дуално образование, фокусот на нивниот ангажман е охрабрување на компаниите да ги трансформираат и обликуваат своите кадри преку вклучување во дуалниот модел на образование и вмрежување со

стручни училишта за реализација на дуално образование и учење преку работа. Покрај тоа, нивниот ангажман се фокусира на обезбедување квалитет во реализацијата на дуално образование и учење преку работа со обука на ментори во компаниите и верификација на компаниите за практична обука на студенти.

Можности за вработување:

Успешното завршување на стручното образование во програмата „Угостителство и туризам“, Ниво IV од Квалификацијата за хотелски и туристички услуги (QHTS), го опремува студентот со Диплома за државна стручна зрелост, како и Сертификат за менаџер во областа на угостителството и туризмот. Оваа квалификација му дава можност на студентот да влезе на пазарот на трудот за вработување во секторот за сместување, бизниси за храна и пијалоци, туристички агенции и туристички агенции, како и во сите сектори и бизниси што нудат услуги за сместување, храна, пијалоци, забава и настани. Со завршувањето на ова ниво, студентот има можност да продолжи со понатамошно образование на постсекундарно или универзитетско ниво.

Односот вработени/претпријатија покажува дека во дејностите за сместување и угостителство има просечно 5,08 вработени по компанија. Просекот за Република Македонија е 9,48 вработени по претпријатие. Сите услужни дејности имаат понизок просечен број вработени по претпријатие од нивото на Република Македонија. Ова се потврдува со фактот дека од гледна точка на бројот на вработени, доминантен дел од услужните претпријатија се малите бизниси.

Интеграција на технологија:

Еуреопеана МООС „Дигитално образование со културно наследство“ го истражува образовниот потенцијал на дигиталното културно наследство и ги подготвува студентите да го имплементираат со користење на дигитални технологии.

Овој МООС ја користи дигитализираната колекција на културно наследство и содржини од блогот „Настава со Еуреопеана“. Преку него, учесниците се запознаваат со мноштво ресурси во повеќе формати (како што се слики, видеа, текстови, 3D) и повеќе јазици и разни алатки како што се Transcribathon, Historiana и други готови материјали што лесно можат да ги интегрираат во своите образовни активности, вклучително и STEM часовите. Покрај тоа, курсот ќе го воведо шаблонот за сценарио за учење и ќе ги води учесниците во неговото користење и градење на сопствено.

Услуги за поддршка на студенти: Училиштето нуди услуги за поддршка на студенти достапни за учениците, како што се академско советување, советување за кариера и помош при вработување.

Механизам за континуирано подобрување: Училиштето собира повратни информации од учениците, индустриските партнери и други засегнати страни, а овие повратни информации помагаат за континуирано подобрување на наставата и наставната програма.

Најдобри практики и споредување:

„Учи паметно, работи вешто“ е кампања што ја спроведува Министерството за образование и наука со поддршка на Швајцарската агенција за развој и соработка, со цел да се промовира и унапреди средното стручно образование и обука.

Кампањата се спроведува преку 1) Социјален дијалог или консултации со компании, стопански комори и локални самоуправи за потребата од отворање нови профили/паралели во средните стручни училишта низ целата земја. Консултациите ги водат претставници на Владата, Министерството за образование и наука, градоначалниците, компаниите и стручните училишта, за да се разговара за потребите на реалниот сектор за отворање дуални паралелки во средните стручни училишта, нови наставни програми и нови политики за запишување во средните стручни училишта.

Социјалниот дијалог или консултациите се спроведуваат по спроведување на анализа со која се дефинира јасна слика за постојните профили што ги нудат училиштата, нивната усогласеност со потребите на компаниите и подготвеноста за соработка на компаниите со средните стручни училишта на локално ниво. Во 2021 година, 450 компании од целата земја учествуваа во анализата на Министерството за образование и наука, од кои 85% изјавија дека се подготвени да соработуваат со средните стручни училишта и да прифаќаат ученици за практична обука, со цел создавање професионален и квалитетен кадар.

„Учи паметно, работи вешто“ се спроведува и преку 2) Денови на отворени врати во средните стручни училишта, со цел да се подигне јавната свест за средното стручно образование и да се нагласи важноста на стручното образование за националната економија. Преку организирање денови на отворени врати во стручните училишта во општините, идните средношколци имаат можност да се запознаат со голем број професии што се нудат преку стручното образование, особено преку дуално образование.

„Учи паметно, работи вешто“ ги поддржува сите засегнати страни во образовниот систем кон унапредување на стручното образование и обука на систематски начин, со цел повеќе млади луѓе да стекнат квалитетно стручно образование и обука што придонесува за подобро и пристојно вработување.

Проектот **Образование за вработување во Северна Македонија (E4E@mk)** е поддржан од Швајцарската агенција за развој и соработка, а го спроведуваат ХЕЛВЕТАС Северна Македонија, Македонскиот центар за граѓанско образование и Стопанската комора на Македонија. Главната цел на проектот е да придонесе за подостоинствено вработување на млади луѓе (15-29 години), вклучувајќи ги и ранливите групи, на социјално инклузивен и одржлив начин.

Од 1992 година па наваму, Швајцарија ги поддржуваше процесите на транзиција во Северна Македонија. Оваа соработка се темели на швајцарската традиција на солидарност и одговорност и ја одразува важноста што Швајцарија ја придава на стабилноста и просперитетот на Западен Балкан. Денес, Швајцарија е меѓу најголемите билатерални партнери за соработка на Северна Македонија, обезбедувајќи финансиска поддршка од 69 милиони евра за периодот 2017-2020 година. Швајцарската програма за соработка е фокусирана на три приоритетни области: демократско управување, вработување и економски развој и инфраструктура и животна средина.

1. **Мапирање на понудите за курсеви: Создавање матрица или графикон што ги мапира курсевите за стручно образование и обука во однос на целните туристички сектори. Ова ќе помогне да се идентификува достапноста и разновидноста на програмите за обука што се однесуваат на различни области во рамките на индустријата.**

Неформалното образование на возрасни се спроведува главно во согласност со одредбите од Законот за образование на возрасни на Република Македонија. Како даватели на услуги за образование на возрасни, до нив можат да контактираат јавни и приватни институции за образование на возрасни, институции за образование на возрасни, центри за обука, работодавачи и социјални партнери, здруженија на граѓани или индивидуални обучувачи, кои ги исполнуваат условите пропишани со Законот. На официјалната веб-страница на ЈУ Центарот за образование на возрасни, може да се најдат следните верификувани програми и даватели на обука за угостителство-туризам:

1. Подготвувач на слатки (Отворен граѓански универзитет за доживотно учење Тетово)
2. Производител на бонбони (DPTU SPECIAL SEMINAR LLC)
3. Правите леб и бели печива (DPTU SPECIAL SEMINAR Ltd.)
4. Готвач во угостителски објект (Центар за образование и обука „ПОЛИТЕХНИЧКА АКАДЕМИЈА“ - Битола)
5. Келнер (Центар за образование и обука „ПОЛИТЕХНИЧКА АКАДЕМИЈА“ - Битола)
6. Готвач во угостителски објект (Сојуз на стопански комори на Македонија)
7. Келнер во угостителски објект (ресторан Ореов Лад)
8. Келнер гурман (Бебе - Академија за трговија)
9. Производител на бели печива (Приватна образовна институција – Отворен граѓански универзитет за доживотно учење „Ванчо Прке “ Штип)
10. Куварски и угостителски објекти (Приватна образовна институција - Отворен граѓански универзитет за доживотно учење „Ванчо Прке “ Штип)
11. Службеник за туристичка агенција
12. Рецепционер
13. Готвач во угостителски објект
14. Келнер гурман, рецепција, угостителство, маркетинг (НТСА - Академски центар за угостителство и обука)

Програмите во Стопанската комора на Македонија се сертифицирани преку Друштвото за образование, угостителство и услуги БИЗНИС ЦЕНТАР ЗА ОБУКА И ОБУКА-ОХРИД. По завршувањето на обуката, учесниците полагаат завршен испит преку кој се стекнуваат со Сертификат акредитиран од Министерството за образование на Република Македонија. Средствата за финансирање и развој на образованието за возрасни се обезбедуваат од буџетот на Република Македонија, од буџетите на заедниците на локалната самоуправа, од учесниците во процесот на образование на возрасни и од други извори.

2. **Соработка со индустријата: Истражување како давателите на стручно образование и обука соработуваат со туристичката индустрија за да ја развијат својата наставна програма, да понудат работни места и да олеснат практики. Проценка на нивото на вклученост на индустријата во обликувањето на програмите за обука.**

За да се обезбедат можности студентот практично да стекне професионални, како и други основни вештини, соодветно е практичната обука да се одвива на двоен начин, односно со неопходно присуство на реални работни места, покрај училишните објекти.

Сепак, покрај практичната обука, постојат и други начини и форми на кои работодавачите можат значително да придонесат во образовните процеси.

i. РЕАЛИЗАЦИЈА НА НАСТАВНАТА ПРОГРАМА И ПРАКТИЧНА ОБУКА

- a. Практичната настава е една од формите на реализација на практичната обука на учениците во средното стручно образование. Се реализира континуирано во текот на учебната година според подготвена програма за практична настава и со бројот на часови предвидени во наставната програма. Во тригодишното стручно образование најчесто е застапено во сите три години на образование на учениците, додека во четиригодишното стручно образование најчесто се реализира во II, III и IV години на образование.
- b. Реализацијата е главно во училиштето, но дел од неа може да се одвива и надвор од него, односно во компаниите.

ii. Феријална пракса

Феријалната пракса, исто како и практичната настава, претставува форма на практична обука на учениците во средното стручно образование. Се реализира по завршувањето на учебната година, за време на летниот распуст, а во согласност со бројот на денови за феријална пракса предвиден во наставната програма. Најчесто тој број се движи од 5 до 20 дена годишно. Реализацијата се одвива во компанија. По завршувањето на фер праксата, учениците добиваат сертификат од компанијата за успешно извршување на фер праксата, што е услов за нивно запишување во следната академска година. Се изведува во сите одделенија, во согласност со наставниот план. Исклучок е последната година од образованието.

iii. УЧЕЊЕ ПРЕКУ РАБОТА СО РАБОТОДАВЕЦ

Учењето преку работа претставува учење на работното место во компанија, занаетчиска работилница или во други организации. Тоа им нуди на учениците можност да стекнат искуство на работното место од реалниот живот, што им овозможува знаењето стекнато во училиште да го поврзат со реалниот труд и со идните професионални и кариерни можности. Може да се реализира во рамките на сите форми на практична обука на учениците, во согласност со програма што им одговара на условите во компанијата, како и на планираните цели и резултати од она што треба да се постигне при реализација на учењето преку работа.

4. НАБЉУДУВАЊЕ НА РАБОТНОТО/А МЕСТО/А ВО КОМПАНИИТЕ

Набљудување на работни места организирано од училиштето во соработка со компанија. На ученикот му е дозволено да престојува во компанијата со цел да набљудува различни работни места кои се поврзани со занимањето, односно квалификацијата за која е образуван. За време на набљудувањето, ученикот ги евидентира спецификите на

работното место во однос на условите за работа, активностите што ги извршува вработениот, алатките и опремата што ги користи за време на работата, безбедносните процедури итн. Процесот на набљудување на работните места трае повеќе од еден ден, обично од 3 до 5 дена, во зависност од бројот на работни места.

5. ОБУКА НА НАСТАВНИЦИ ВО КОМПАНИИТЕ

- Соработката на училиштето со компаниите со цел обука на работодавачите има важна улога во стручното образование и обука. Таа придонесува за успешно и квалитетно изведување на наставните програми по стручно-теоретските предмети и практичната обука. Со своите знаења се прошируваат и компетенциите на наставникот во областа на стручното училиште.

6. СОЗДАВАЊЕ НА ПРОГРАМСКИ ДОКУМЕНТИ

- Училиштата и компаниите можат да предложат и да иницираат изработка на различни програмски документи како што се стандарди за занимања, квалификациски стандарди, наставни програми во различни образовни области, програми за образование на возрасни итн. Ваквите програмски документи треба да бидат поддржани од соодветните институции на системот, како што се МОН (Министерство за образование и наука), БРО (Биро за развој на образованието), ЦВО (Центар за стручно образование и други).

3. **Резултати на студентите и стапки на вработеност:** Собирање податоци за резултатите на студентите, како што се стапките на завршување и стапките на вработеност во туристичката индустрија по завршувањето на нивните курсеви за стручно образование и обука.

Пазарот на трудот се карактеризира со генерално ниски стапки на активност и вработеност и висока невработеност. Најновите достапни годишни бројки (2019) покажуваат стапка на активност од околу 59,1% кај населението на работоспособна возраст. Стапката на вработеност, иако покажува тренд на зголемување во последните пет години (+6,4%), беше само 48,9% во 2019 година, што е далеку зад просекот на ЕУ. Главниот фактор што предизвикува вакви слаби резултати во активноста и вработеноста е родовата поделба во стапките на активност и вработеност, при што жените покажуваат стапки од 21,6 процентни поени и 18,7 процентни поени, соодветно, под нивните машки вршници во 2019 година (иако јазот се намалува во последните години). Невработеноста кај младите останува истакнат проблем, достигнувајќи 35,6% во 2019 година, една од највисоките во Западен Балкан. Исто така, во овој случај, постои историски позитивен тренд кој достигна врв во 2019 година кога регистрираната стапка на невработеност кај младите (кај лицата на возраст од 15 до 24 години) беше за 9,8 процентни поени пониска од претходната година.

Високата инциденца на невработеност и неактивност, дури и кај оние со средно и високо ниво на образование, укажува на проблем во усогласувањето на понудата и побарувачката. Ова е влошено од слабите образовни перформанси (на пр. резултати од PISA, несовпаѓање

на образовните програми на средно и терцијарно ниво) и ниското учество во доживотното учење (според податоците од анкетата на работната сила, само 2,8% од населението учествувало во доживотното учење во 2019 година). Нееднаквата распределба на можностите за вработување од територијална перспектива (на пр. региони што заостануваат) може да го објасни и коегзистенцијата на големи делови од неискористен/недоволно искористен работен потенцијал и недостиг на вештини кај работната сила (како што тврдат работодавачите).

4. Идентификување на предизвици и празнини: Идентификување на какви било предизвици или празнини во туристичкиот сектор за стручно образование и обука, како што се несовпаѓања помеѓу вештините што се учат и барањата на индустријата, проблеми со пристапноста или бариери за учениците и работодавците.

Неодамнешна студија на ETF за мерење на несовпаѓањето на вештините во земјата (2019) и претходни студии спроведени во земјата покажуваат хоризонтално несовпаѓање во опсег од 30 до 45% и вертикално несовпаѓање помеѓу 27 и 53%. Податоците, исто така, покажуваат недостиг на работна сила во брзорастечките и извозно ориентирани сектори во економијата. Студијата на ETF потврдува голем број трендови: високи и постојани несовпаѓања; релативно влошување на позицијата на работниците со терцијарно образование како резултат на големо зголемување на понудата на такви работници; феномен на прекумерно образование кој е пораспространет од недоволното образование; несовпаѓања кои се релативно мали за работници на возраст помеѓу 20 и 24 и 25 и 29 години; наградување на високото образование на пазарот на трудот, оценето според релативните плати според образованието; и инциденцата на варијации на несовпаѓање по економски сектори. Прекумерната квалификација, според овие пресметки, е особено висока кај работниците во услужните и продажните работници и квалификуваните земјоделски работници, а во помала мера кај занаетчиите и операторите на постројки и машини. Од друга страна, недоволното образование е највисоко кај менаџерите, а помалку кај техничарите, стручните соработници и помошните работници (ETF, 2019б).

Првичниот систем за стручно образование и обука се соочува со специфични предизвици во одговарањето на потребите на пазарот на трудот и на учениците. Тие можат да се сумираат на следниов начин:

- недоволна корелација на профилите и програмите за стручно образование и обука со локалните и регионалните потреби на пазарот на трудот
- долгиот процес вклучен во ажурирањето на стандардите за квалификации и нивното одразување во образование

5. Најдобри практики и иновации

„Учи паметно, работи вешто“ е кампања што ја спроведува Министерството за образование и наука со поддршка на Швајцарската агенција за развој и соработка, со цел да се промовира и унапреди средното стручно образование и обука.

Кампањата се спроведува преку 1) Социјален дијалог или консултации со компании, стопански комори и локални самоуправи за потребата од отворање нови профили/паралели во средните стручни училишта низ целата земја. Консултациите ги водат претставници на Владата, Министерството за образование и наука, градоначалниците, компаниите и стручните училишта, за да се разговара за потребите на реалниот сектор за отворање дуални паралелки во средните стручни училишта, нови наставни програми и нови политики за запишување во средните стручни училишта.

Социјалниот дијалог или консултациите се спроведуваат по спроведување на анализа со која се дефинира јасна слика за постојните профили што ги нудат училиштата, нивната усогласеност со потребите на компаниите и подготвеноста за соработка на компаниите со средните стручни училишта на локално ниво. Во 2021 година, 450 компании од целата земја учествуваа во анализата на Министерството за образование и наука, од кои 85% изјавија дека се подготвени да соработуваат со средните стручни училишта и да прифаќаат ученици за практична обука, со цел создавање професионален и квалитетен кадар.

„Учи паметно, работи вешто“ се спроведува и преку 2) Денови на отворени врати во средните стручни училишта, со цел да се подигне јавната свест за средното стручно образование и да се нагласи важноста на стручното образование за националната економија. Преку организирање денови на отворени врати во стручните училишта во општините, идните средношколци имаат можност да се запознаат со голем број професии што се нудат преку стручното образование, особено преку дуално образование.

„Учи паметно, работи вешто“ ги поддржува сите засегнати страни во образовниот систем кон унапредување на стручното образование и обука на систематски начин, со цел повеќе млади луѓе да стекнат квалитетно стручно образование и обука што придонесува за подобро и пристојно вработување.

Конференцијата „Вештини за идни работни места“ претставува платформа за експертите да се вклучат во отворен дијалог и да споделат добри практики за тоа како да се поврзат вештините со идните работни места. Целна група: високи владини претставници, креатори на политики, претставници на образовниот сектор, претставници на приватниот сектор, даватели на стручно образование и обука, младински организации и специјалисти за развојна соработка кои работат во стручно образование и обука и вработување на млади, конференцијата има за цел да извлече мислења, размислувања и аргументи за тоа каде треба да се фокусираат образовните системи од регионот во иднина. Идните стручни вештини, вработувањето на младите и можностите за претприемништво се темите на кои бројни локални и меѓународни експерти ќе дадат свој придонес и ќе ги претстават идните трендови, сите врз основа на потребите и очекувањата на пазарот на трудот.

Говорници од влади, приватниот сектор, академските кругови и граѓанското општество од Северна Македонија и регионот на Западен Балкан, како и од Швајцарија и ЕУ, ќе ги презентираат најновите истражувачки наоди и ќе споделат практични искуства.

Конференцијата има за цел да постави основа за идна платформа за вештини и вработување и да поттикне размена и соработка на стратешко и оперативно ниво меѓу релевантните земји.

Дигиталниот саем за средно стручно образование е иницијатива што ја спроведува Министерството за образование и наука со поддршка на Швајцарската агенција за развој и соработка, со цел промовирање и унапредување на средното стручно образование и обука. Со цел да се информираат деветтоодделенците и нивните родители за можностите што ги нуди средното образование за стекнување професионални вештини и вработување по дипломирањето, проектот Образование за вработување во Северна Македонија – E4E@mk и Македонскиот центар за граѓанско образование го организираа дигиталниот саем за средно стручно образование. Соочени со пандемијата на КОВИД, дигиталниот саем за средно стручно образование засега е најбезбедната форма за информирање на деветтоодделенците низ целата земја и нивните родители за можностите што ги нудат средните стручни училишта и компаниите. Во иднина ќе се организира и саем F2F за средно стручно образование, каде што компаниите и стручните училишта ќе им овозможат на учениците да бидат дел од одредена професија, преку практични примери и реална примена на професијата.

Преку илустративни примери од голем број занимања кои денес се исклучително барани на пазарот на трудот, дигиталниот саем ја нагласува можноста за избор на кариера преку стручно образование, преку кое ученикот добива можност за практична обука во компанија и поддршка од обучени ментори. Преку видео сесии, младите се запознаваат со образовните програми на неколку средни стручни училишта и имаат можност да следат конкретни примери на успешни средношколци кои со изборот на средно стручно образование станале успешни електро-машински техничари, готвачи, мехатроничарски и транспортни техничари. Дигиталниот саем вклучува отворени дискусии на теми поврзани со идните кариерни избори, како и презентации за можностите за образование и обука што ги нудат компаниите кои имаат двојни паралелки во повеќе средни стручни училишта. Целата програма е дизајнирана на забавен, интересен и интерактивен начин за да го доближи средното стручно образование до младите луѓе кои се пред завршување на основно образование.

Дигиталниот саем е платформа за запознавање на идните средношколци со широкиот избор на професии што ги нуди средното стручно образование и, што е уште поважно, со понудата на можности за кариера. Дигиталниот саем, заедно со социјалниот дијалог и кампањата „Учи паметно, работи вешто“ придонесуваат кон целта повеќе млади луѓе да стекнат квалитетно стручно образование и обука што води кон подобро и профитабилно вработување.

Дигиталниот саем за средно стручно образование е достапен на следните линкови:

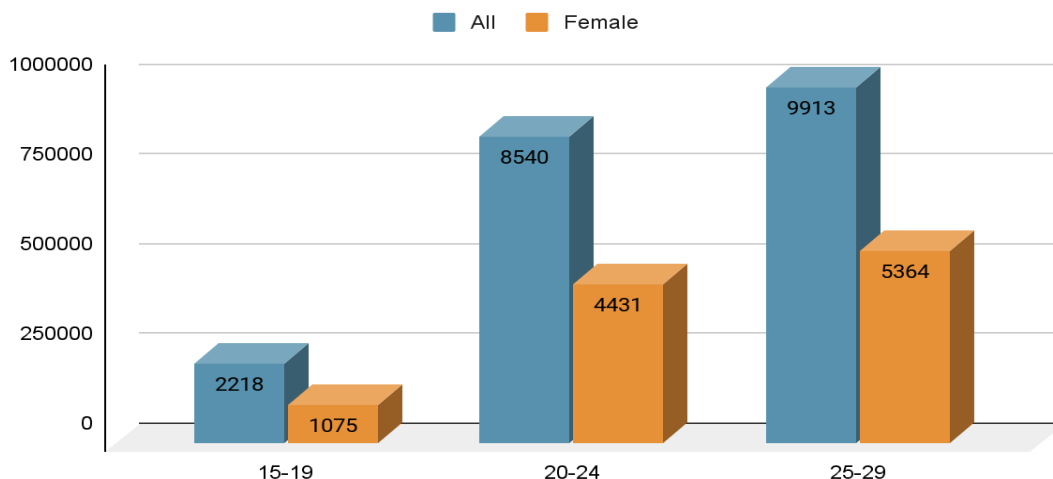
Прв ден: https://www.youtube.com/watch?v=j6QX_j2ueX0

Втор ден: <https://www.youtube.com/watch?v=NIlgWWJWFHo>

Многу наскоро, Дигиталниот саем ќе биде достапен на сите наставни јазици во Република Северна Македонија.

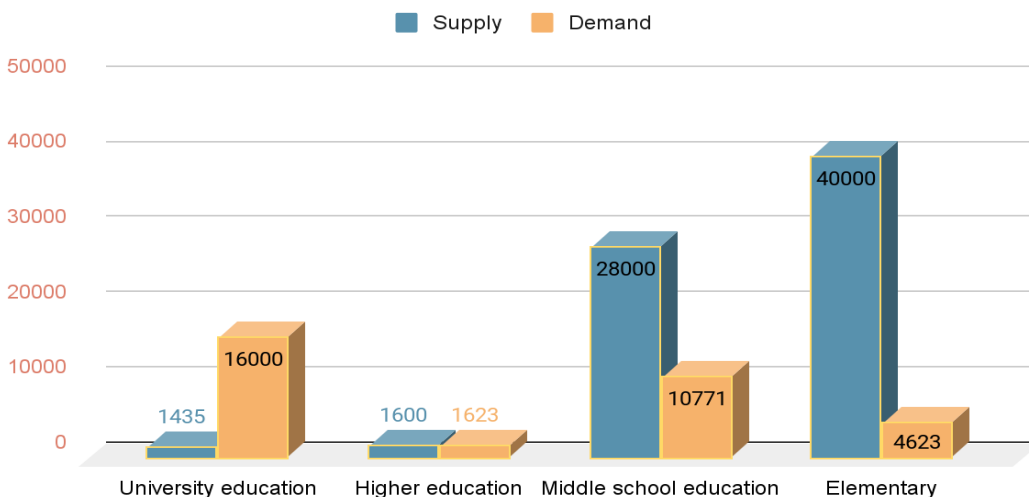
6. Визуелизација и известување: Презентирање на наодите преку визуализации, како што се графикони, графикони и мапи. Создавање сеопфатен извештај што вклучува препораки за подобрување на системот за стручно образование и обука.

Unemployment rate of young people



Графикони1. Стапка на невработеност кај младите според Националниот основен извештај за невработеност кај младите во Северна Македонија (<http://civicamobilitas.mk/wp-content/uploads/2018/03/National-baseline-report-Macedonia-Youth-%20Unemployment.pdf%20/>)

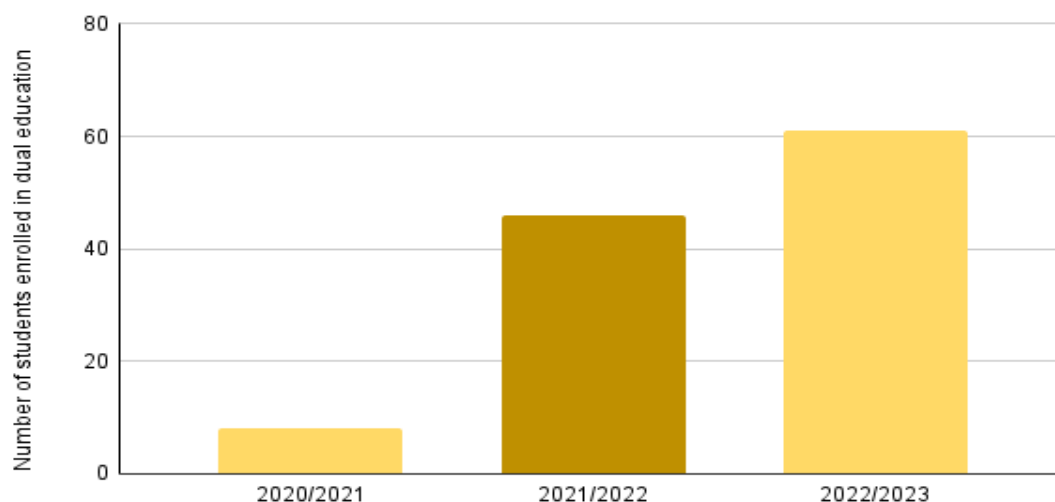
Supply and Demand of Workforce



Графикон 2. Понуда и побарувачка на работна сила според нивото на образование според Годишниот извештај на Агенцијата за вработување на Северна Македонија (<https://av.gov.mk/content/Dokumenti/%D0%98%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D1%88%D1%82%>)

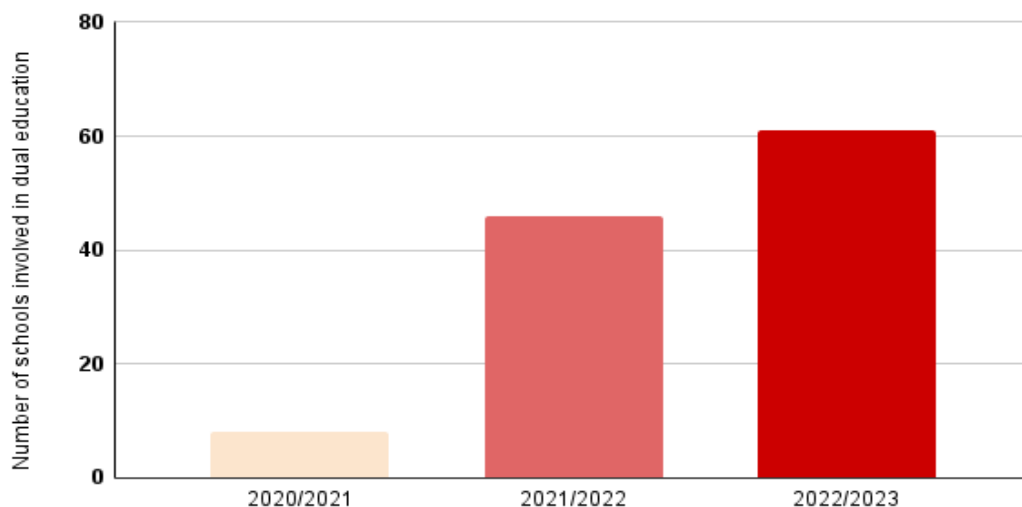
[D0%B0%D1%98%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%90%D0%92%D0%A0%D0%A1%D0%9C%202018.pdf/](#))

Number of students enrolled in dual education



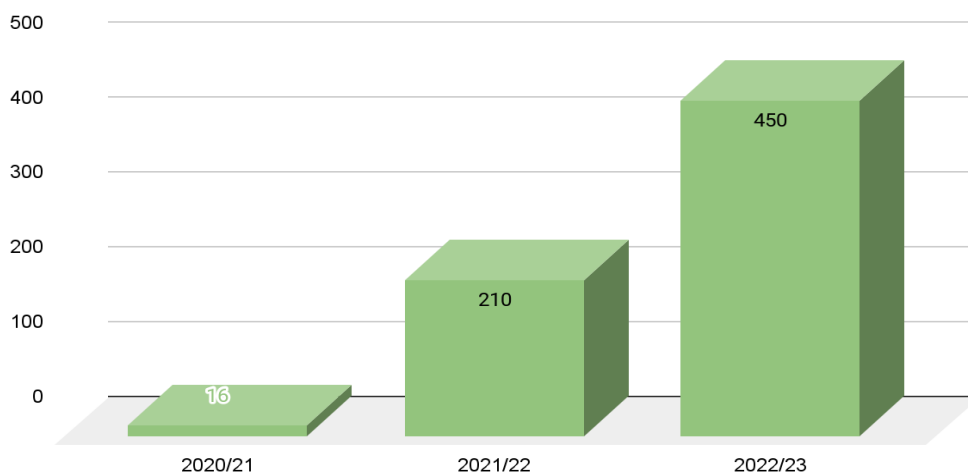
Графикони 3. Број на ученици во дуално образование на државно ниво

Number of school involved in Dual education on a state level



Графики. 4. Број на средни стручни училишта вклучени во дуално образование на државно ниво

Number of companies involved in Dual education



Графикони 5. Број на компании вклучени во дуално образование

Користењето комбинација од квалитативни и квантитативни методи за собирање податоци, како што се интервјуа, анкети и анализа на податоци, ќе помогне да се обезбеди холистичко разбирање на туристичкиот пејзаж на стручното образование и обука.

3. Мапирани се двојни патеки за обука

Генерално, идентификувани се следниве: 20 курсеви во Албанија, 24 курсеви во Косово, 21 курс во Македонија.

Училишната програма е иста, односно унифицирана, за сите горенаведени училишта, врз основа на рамката на наставни програми за програмата за угостителски туризам, одобрена од надлежното национално тело, имено АГЕНЦИЈАТА КОМБЕТАРСКА СОРАБОТКА, ПРОФЕСИОНАЛНА ОБУКА И КВАЛИФИКАЦИИ (АКАФРК).

Должината на мапираните курсеви **се** движи од минимум 7 часа (1 ден) до максимум 384 часа.

Содржината /предметите на овие курсеви се:

- *Маркетинг и комуникација* : дигитален маркетинг, продажба и дистрибуција
- *Менаџерски и финансиски/економски аспекти* (за угостителство и ресторанство): управување со активностите за прием (вклучувајќи користење на информациски систем и резервации), управување со настани, сметководство, финансиски елементи, управување со храна и пијалоци , управување со човечки ресурси
- *Безбедност* : противпожарна заштита во хотел и ресторан
- *Англиски јазик*
- *Готвење* : Основни кулинарски вештини и техники
- *Територијален аспект* : управување и маркетинг на културното наследство,
- *Туризмот како систем* : туризмот како производ, одржлив туризам, меѓународен туризам
- *Курсеви за обука за специфични професионални улоги*: келнер, пекар итн.
- *Обуки што даваат преглед на целиот угостителски сектор* : Угостителски менаџмент, Угостителски бизнис

Во врска со **двојните активности, мапираните** курсеви се обработуваат:

- во реални работни средини на хотели, ресторани или други средини каде што се служи храна и пијалоци, како и во средини каде што се одржуваат приеми и банкети, но се препорачуваат и посети на бизниси кои ја нудат оваа услуга.
- во училниците, како и во средините за професионална пракса на училиштето, опремени со соодветни алатки.

4. Анкетата беше насочена кон претприемачкиот систем

4.1 Резултати од интервјуто

4.1.1. Карактеристики на интервјуираниот панел

Во анкетата беа вклучени 20 организации по земја партнер, за вкупно 60 интервјуа спроведени на терен со поддршка на прашалник структуриран во десет отворени прашања. Организациите што беа контактирани и интервјуирани работат во различни капацитети во туризмот; детално, панелот беше составен од 20 хотели, 19 ресторани, 10 компании за посредување и производство во туризмот (AdV и TO) и 11 организации, кои не се директно дел од туристичкиот сектор, но кои спроведуваат трансверзални или поддржувачки активности за операторите во секторот на таков начин што сепак имаат привилегирана, иако директна, визија за динамиката и критичните прашања што влијаат на различните сектори на туризмот. Тоа се Стопански комори, агенции за обука.

4.1.2. Сценариото: двигатели на промената

Во трите земји-партнери, туристичкиот сектор доживеа значителен раст во последните години во однос на пристигнувањата и присуствата, привлекувајќи и домашен туризам и зголемен број странски посетители. Овој бум е олеснет од неколку фактори, вклучувајќи, за поени:

- **Либерализација на воздушниот сообраќај:** Ниските цени и општото зголемување на директните летови од неколку европски градови до македонските, косовските и особено албанските дестинации ги направија трите балкански земји достапни за туристите.
- **Подобрување на патната и внатрешната инфраструктура за поврзување:** Особено по завршувањето на политичките и социјалните тензии во некои земји, беа иницирани програми за подобрување и изградба на нови патишта, мостови и аеродроми, што ја подобри мобилноста во рамките на поединечните земји.
- **Промоција на туризмот:** Во сите засегнати области, беа започнати промотивни кампањи за да се запознаат убавините и атракциите со сè поширока и заинтересирана јавност.
- **Конкурентни цени:** Со оглед на разликите меѓу земјите воопшто, угостителските и угостителските услуги се нудат по добра вредност за парите во споредба со другите медитерански земји. Разликите се значителни. Како пример и споредба, следните табели покажуваат дека во рамките на балканските земји постои одредена униформност на просечната цена на комерцијалниот угостителски сервис, при што Албанија има малку повисоки вредности, но во секој случај, со значителна разлика во споредба со Италија, најзападниот партнер на проектот.¹⁷

¹⁷<https://it.numbeo.com/costo-della-vita/pagina-iniziale>

АЛБАНИЈА Ресторани		Интервал
Оброк, евтин ресторан	7,72 евра	4,34 ■ 14,47
Оброк за 2 лица, Среден ресторан, Оброк од три јадења	33,76 евра	24.11 ■ 62.70
Мени на „Мекдоналдс“ (или еквивалентно мени)	6,75 евра	5,79 ■ 7,72
Домашно пиво (0,5 л на точење)	2,22 евра	1,16 ■ 3,86
Увозно пиво (шише од 0,33 л)	2,89 евра	1,93 ■
Капучино (обично)	1,53 евра	0,77 -2,41
Кока-Кола/Пепси (шише од 0,33 л)	1,42 евра	0,96 -1,93

КОСОВСКИ РЕСТОРАНСКИ		Интервал
Оброк, евтин ресторан	4,50 евра	3.00 ■
Оброк за 2 лица, Среден ресторан, Оброк од три јадења	20,00 евра	15.00 ■
Мени на „Мекдоналдс“ (или еквивалентно мени)	5,80 евра	5.00 ■
Домашно пиво (0,5 л на точење)	2,00 евра	0,90 -3,00
Увозно пиво (шише од 0,33 л)	2,00 евра	1,50 -3,00
Капучино (обично)	1,21 евра	1,00 -1,50
Кока-Кола/Пепси (шише од 0,33 л)	1,16 евра	1,00 -1,50
Вода (шише од 0,33 л)	0,99 евра	1,00 -1,00

ресторани во МАКЕДОНИЈА		Интервал
Оброк, евтин ресторан	4,50 евра	3.00 ■
Оброк за 2 лица, Среден ресторан, Оброк од три јадења	20,00 евра	15.00 ■

Мени на „Мекдоналдс“ (или еквивалентно мени)	5,80 евра	5.00	
Домашно пиво (0,5 л на точење)	2,00 евра	0,90	-3,00
Увозно пиво (шише од 0,33 л)	2,00 евра	1,50	-3,00
Капучино (обично)	1,21 евра	1,00	-1,50
Кока-Кола/Пепси (шише од 0,33 л)	1,16 евра	1,00	-1,50

Ресторани ИТАЛИЈА		Интервал	
Оброк, евтин ресторан	15,00 евра	10.00	
Оброк за 2 лица, Среден ресторан, Оброк од три јадења	60,00 евра	45,00	
Мени на „Мекдоналдс“ (или еквивалентно мени)	10,00 евра	8.50	
Домашно пиво (0,5 л на точење)	5,00 евра	3.00	
Увозно пиво (шише од 0,33 л)	5,00 евра	3.00	
Капучино (обично)	1,58 евра	1,00	-2,50
Кока-Кола/Пепси (шише од 0,33 л)	2,41 евра	1,50	-3,50
Вода (шише од 0,33 л)	1,12 евра	1,00	-2,00

- Информациски и комуникациски технологии.** Во сите земји од партнерството на Западен Балкан, туризмот се чини дека постојано се развива и иновира. Промените се предизвикани од дејството на бројни фактори, меѓу кои главниот, и најчесто споменуван во интервјуата спроведени со претставници на производствените системи, е секако еволуцијата на технологијата и начинот на кој се обработуваат информациите. Усвојувањето на дигиталните технологии го револуционизираше начинот на кој туристите резервираат патувања, комуницираат со компаниите и дознаваат за дестинациите. Развојот на онлајн платформите и социјалните медиуми го олесни пребарувањето и резервирањето патувања и поттикна поспонтан и флексибилен туризам. Покрај тоа, усвојувањето на технолошки системи што им овозможуваат на компаниите директно да комуницираат со крајниот потрошувач, исто така, дава можност за подобро запознавање на своите клиенти и на тој начин да ги персонализираат понудите, да обезбедат целни совети и да го подобрат искуството на гостите. Благодарение на комуникациските технологии,

производителите се приближуваат до клиентите преку паметни телефони и мобилни апликации кои се основни алатки за туристите, олеснувајќи ја навигацијата, комуникацијата и пристапот до информации во реално време. Но, ИТ, исто така, придонесува за револуционизирање на моделите на производство и дистрибуција: платформите како Airbnb и Uber ги трансформираат традиционалните модели, нудејќи алтернативен сместувачки капацитет и искуства.

Најновата граница во еволуцијата на технологијата, која сè уште не ги разоткрила сите нејзини можни ефекти, е вештачката интелигенција и последователната можна автоматизација на процесите и активностите што на тој начин можат да бидат флексибилни дури и ако не се имплементираат од човечки ресурси.

- **Глобализација** : Зголемената глобална конкуренција ги поттикнува туристичките компании да го подобрат квалитетот на своите услуги и да ја диверзифицираат својата понуда, барајќи пред сè персонализација и близина до клиентот, исто така, преку користење на комуникациски технологии и вештачка интелигенција.
- **Промени во преференциите на потрошувачите** („искуствен“ туризам): денешните туристи се попребирливи и бараат персонализирани и автентични искуства. Сите модерни туристи стекнале извонредна способност да ги проценат нивоата на квалитет на вкупните перформанси. Поединечните добавувачи, хотелите, рестораните, рекламите итн. се на исто ниво и нивната активност се гледа и оценува како елемент на целокупниот процес што се однесува на целото време што клиентот го поминува на одредена локација. Затоа, територијата со своите особености и култура го претставува бараниот и потрошениот производ.
- **Регулаторни фактори**: Во сите земји од партнерството постои прогресивно воведување на заштитни регулативи. Во моментов, не постои целосна униформност, но прогресивната акција на ЕУ во овој поглед ги поттикнува и соседните земји, а со тоа и тие што имаат блиски односи со ЕУ, кон поголемо внимание на прашањата за одржливост на животната средина и усвојување на нови стандарди за заштита на животната средина од страна на туристичките бизниси.

Како заклучок, туристичките системи на трите балкански земји се развиваат и имаат **голем потенцијал за иднината** . Со справување со предизвиците и искористување на можностите, тие можат да се етаблираат како туристички дестинации на извонредност во медитеранската панорама благодарение на добриот квалитет на сместувачките/ресторанските објекти, богатството на природните и пејзажните понуди и мултикултурализмот што го карактеризира коегзистенцијата на различни групи на население, а исто така влијае и на структурите и архитектурата, создавајќи голем број можности за забава. Во следните полиња, накратко се илустрирани посебните карактеристики на поединечните земји.

АЛБАНИЈА

Недостаток на квалификувана работна сила: Албанскиот туристички сектор има потреба од квалификуван персонал кој може да зборува странски јазици и да обезбеди висококвалитетна услуга.

Сезонски карактер: Туризмот во Албанија е сè уште концентриран во летните месеци, со значителен пад во остатокот од годината.

Одржлив развој: Посветеноста кон еколошката и социјалната одржливост е неопходна за да се обезбеди заштита на земјиштето и локалните заедници.

КОСОВО

Политичка стабилност: Политичката стабилност и промените во различните региони влијаат врз трендовите на патување и перцепциите за безбедноста.

Самохрани патници: Растечкиот тренд кон самостојно патување доведе до пакети по мерка за самохрани патници, обезбедувајќи безбедност и можности за дружење.

Спортски туризам: Интересот за спортски искуства се зголемува и следствено на тоа расте и понудата за спортски ориентирани туристички искуства.

МАКЕДОНИЈА

Растечки трошоци : Растечките трошоци за електрична енергија, храна, плати на вработените и други трошоци создаваат финансиски притисок врз компаниите.

Недостаток на квалификувана работна сила : Тешко е да се најде и задржи квалификуван персонал поради различни фактори како што се миграцијата, конкуренцијата или неатрактивните услови за работа.

Промена на пазарот : Новите методи на продажба, променливите туристички барања, глобалните трендови и зголемувањето на трошоците бараат прилагодливост.

Тешкотии во дигитализацијата: инфраструктурните мрежи сè уште не се на потребното ниво за да се гарантира покриеност на целата територија и безбедност на податоците.

Сезонност: концентрација на присутност во летните месеци со остри падови во маргиналните сезони

4.1.3. Влијание на факторите на промена во туризмот

Генерално, експоненцијалниот раст на туризмот во трите балкански земји е релативно неодамнешен. Во Албанија, развојот влијаеше и на планинските и на крајбрежните области, кои често се сметаат за главни туристички атракции од страна на странците што ја посетуваат земјата. Туристичкиот сместувачки капацитет, традиционално идентификуван во хотели, еволуираше во комплекси и одморалишта со повеќе активности, каде што традиционалното гостопримство е комбинирано со широк спектар на спортски и рекреативни активности, а во исто време се разви и MICE секторот.

Сепак, во сите земји, во рамките на пошироката дефиниција на туристичкиот систем што опфаќа повеќе од само сместување, некои сектори се произразено погодени од промените и

трендовите споменати во претходниот став. Влијанието варира во зависност од фактори како што се технолошкиот напредок, поголемата варијабилност во преференциите на потрошувачите и надворешните настани, а сите туристички сектори се погодени. Накратко:

Хотелски сектор: Тоа претрпе значајни промени, со појавата на платформите за онлајн резервации и економијата на споделување (широка употреба на социјалните мрежи за избор на дестинации), што го промени начинот на кој патниците бараат и избираат сместување, влијаејќи на начинот на кој хотелите работат и ги пласираат своите услуги. ИТЦ овозможија силен пораст на онлајн резервациите, надминувајќи го традиционалниот систем на дистрибуција во туризмот и, следствено, менувајќи го и начинот на кој посредниците (ADV и TO) се на пазарот. Во однос на по традиционалните технологии, во хотелите, се забележува зголемување на употребата на интелигентни технологии како што се автоматско пријавување и виртуелни консиерџи, како и усвојување на четботови и системи за вештачка интелигенција за услуга на клиентите. Овие алатки го променија и начинот на кој работат човечките ресурси, кои сега имаат повеќе време и алатки за да го следат патувањето на клиентот. Анализата на сценаријата, исто така, истакнува (особено во Албанија и Македонија) како и малите и големите објекти имаат тешкотии да најдат нови вработени поради различни фактори како што се несоодветни наставни програми, недостаток на привлечност на вработувањето во секторот и, во Македонија, исто така, поради трошоците за работна сила.

Генерално, сите три балкански земји се жалат на силна сезонска природа на туристичките текови со висока концентрација во летната сезона и кон приморските одморалишта. Ова подразбира невозможност за распределба на фиксните трошоци во подолг временски период и префрлање во единствената важна сезона во однос на бројот на пристигнувања и присуства, можност за постигнување економски резултати за да се обезбеди опстанок на компаниите со поврзаните тешкотии да се усвојат соодветни конкурентски маневри со примена на техники за управување со приходите.

Туристички агенции: Традиционалните туристички агенции мораа да се соочат со предизвиците што ги претставува ширењето на платформите за онлајн резервации. Многу патници денес претпочитаат самостојно да ги планираат и резервираат своите патувања, потпирајќи се на и користејќи ги ресурсите на мрежата. Сепак, туристичките агенции задржаа важен дел од традиционалните клиенти кои претпочитаат да разговараат со физички менаџер и, дури и во случај на онлајн аранжмани, се прилагодија на новата ситуација нудејќи специјализирани услуги, прилагодени патни планови или нишни патни искуства. Постои растечки интерес за уникатни и импресивни искуства, а организациите што нудат вакви видови услуги бележат зголемување на побарувачката.

Угостителство и производство на храна: Овој сектор доживеа еволуција на преференциите на потрошувачите. Постои зголемен фокус на локални и автентични кулинарски искуства, што резултираше со потрага по традиционални, одржливи сировини со ниско влијание врз животната средина, со нула км2. Технологијата, исто така, одигра важна улога во техниките за преработка и готвење, обезбедувајќи можност за иновации дури и во традиционалните рецепти кои можеби не се во чекор со вкусовите на меѓународните туристи, особено Италијанците. Угостителската индустрија е исто така заинтересирана за промените што ги донесе ИТС за дисеминација и рекламирање на

понудите и за поголема леснотија на резервација и илустрација, исто така на странски јазици, на специјалитетите што им се достапни на клиентите.

Генерално, кај сите елементи што ја сочинуваат територијалната туристичка понуда, вклучувајќи паркови, музеи, места за забава итн., постои потреба од прилагодување кон еволуцијата на туристичката побарувачка, и домашната и странската, што бара интерактивни искуства поддржани и од технологијата.

4.1.4. Влијанијата на дигиталната трансформација врз работните процеси во туризмот

Туризмот, во последниве години, претрпе значителна трансформација со сè поголемо прифаќање на дигиталните технологии за подобрување на искуството на клиентите и оптимизирање на интерните производствени операции и контрола на трошоците и приходните текови. Една од најзабележителните промени е преминот од рачни резервации на онлајн платформи. Ова не само што го олеснува процесот за клиентите, туку и го забрзува протокот на резервации, подобрувајќи ја целокупната ефикасност на услугата.

Паралелно, традиционалниот маркетинг е редефиниран со широката употреба на социјалните медиуми, оптимизацијата за пребарувачи (SEO) и онлајн рекламирањето. Овие стратегии им овозможуваат на компаниите да достигнат поголема и поцелна публика, засилувајќи го своето онлајн присуство и зголемувајќи ги можностите за интеракција со потенцијални клиенти. Употребата на чет-ботови и вештачка интелигенција, исто така, ги направи одговорите и помошта поефикасни и автоматизирани, подобрувајќи го целокупното искуство на клиентите.

За понатамошно подобрување на односите со клиентите, сè повеќе компании прифаќаат дигитални системи за управување со односите со клиентите (CRM). Овие алатки овозможуваат следење и персонализација на интеракциите со клиентите, нудејќи поприлагодена услуга и подобро управување со деловните односи.

За поефикасно ангажирање на клиентите, многу компании инвестираат во виртуелна реалност преку креирање дигитални тури. Овие импресивни искуства се користат за промотивни и рекламни цели бидејќи го зголемуваат интересот и ангажманот на клиентите, давајќи им можност да го вкусат производот или услугата пред дури и да направат резервација.

Во индустријата за плаќања, широкото усвојување на дигитални и бесконтактни решенија ги револуционизираше финансиските трансакции. Интегрирани во онлајн платформи и апликации, овие системи ги прават трансакциите побрзи, побезбедни и попогодни, елиминирајќи ја потребата од готовина и рачни процеси.

ИКТ се користи и за подобрување на деловната организација со апликации што го поедноставуваат управувањето со персоналот и го олеснуваат работењето од далечина, ја подобруваат комуникацијата и соработката и ја подобруваат координацијата меѓу вработените распоредени на различни локации. Особено во угостителскиот сектор (Алабама и Колорадо), ИКТ се користи и за обука на персоналот со користење на дигитални платформи, за управување со синџирот на снабдување, а се користи и за директни услуги

за клиентите, како што се консиерж услуги со вештачка интелигенција, дигитални програми за лојалност и друго.

Гледајќи кон иднината, интервјуираните го нагласија предвидливото воведување на уште поиновативни технологии кои ќе продолжат да го менуваат односот со туристите, како што е препознавањето лица, за да се направат процесите на пријавување побрзи и побезбедни.

Ова се заедничките елементи, но со различни нивоа на имплементација во трите земји. Особено, додека инфраструктурите во Албанија и Косово се на добро ниво на покриеност и моќ, во Македонија, од друга страна, се жали што дигитализацијата на туризмот е сè уште во повој, со исклучок на системите за онлајн резервации како што е Airbnb во метрополитенските области. Недостасуваат стабилни услови за поширока дигитализација на секторот, попречени од несоодветна дигитална инфраструктура, недостаток на вештини и отпор кон промени.

Туристичкото сценарио во трите земји постојано се развива. Промените во моделите на потрошувачка и последователните модификации и иновации воведени во туристичките понуди за да се биде во чекор со пазарите, истакнуваат дека постои и потреба од воведување нови професионални профили. Меѓу различните анализирани двигатели на промените, двата што се чини дека имаат најголемо влијание во трите земји се дигитализацијата и „зелената транзиција“.

Новите профили и вештини во контекст на дигиталните и зелените транзиции го истакнуваат растечкиот интерес за експерти во аналитиката на податоци, сајбер безбедноста, вештачката интелигенција, одржливоста и дигиталниот маркетинг. Сите три извештаи ја нагласуваат важноста на овие вештини за поединците и организациите кои сакаат да останат конкурентни и да придонесат за одржливи решенија.

Одржливоста и дигитализацијата се клучни фактори што одат рака под рака со еволуцијата на социјалните медиуми и контактите меѓу туристите, па затоа сите извештаи ги споменуваат менаџерите/операторите на социјалните медиуми со потребните вештини за управување со социјалните медиуми и е-трговијата меѓу новите потребни улоги.

Генерално, извештаите даваат сеопфатен преглед на новите трендови во секторите за одржливост и дигитализација, истакнувајќи ја важноста од прилагодување кон овие промени и стекнување на потребните вештини за успех на постојано менувачки пазар каде што специјалистите за одржливост, аналитичарите на податоци, менаџерите на онлајн заедниците, креаторите на дигитални содржини итн. ја одразуваат растечката потреба за специјализирани вештини.

Територијалните истражувања покажуваат дека во туризмот постои и значително поместување во потрагата по вештини способни да поддржат когнитивни активности, односно сите оние способности, од наједноставните до најсложените, кои ни овозможуваат да го согледаме светот околу нас и да негуваме односи со другите.

4.1.5. Влијание врз професионалните улоги и компетенции

Од анализата на интервјуата, произлегува дека еволуцијата на секторот бара силни мерки за ажурирање и преквалификација на човечките ресурси што работат во компаниите. Оваа потреба е изразена и директно од вработените кои изразуваат барање за обука, особено за подобрување на нивните комуникациски вештини и користење на дигитални алатки. Во исто време, компаниите ставаат поголем акцент на поседувањето меки вештини како што се емпатијата и способноста за прилагодување на различни ситуации и решавање проблеми, кои стануваат клучни за персонализирана услуга и за управување со гости од различно потекло и со многу високи очекувања.

Споредбата на резултатите, исто така, на јасен и детален начин покажува колку од новите можности за развој можат да се извлечат од сè пошироката употреба на податоци и дигитални технологии. Персонализацијата на искуствата, одржливоста и соработката се централни теми кои бараат внимание и акција од страна на играчите во индустријата, но пред сè бараат внимателна анализа на информациите што веќе ги поседуваат компаниите. Проучувањето на внатрешните податоци во врска со преференциите на клиентите е веќе вреден капитал за компаниите, но на ова мора да се додаде и она што може да се извлече од набљудувањето на она што се појавува на интернет и социјалните медиуми.

За ова, сепак, е потребно да се премости дигиталниот јаз. Прво на сите, обезбедување ефикасен и еднаков пристап до мрежата во однос на пропусниот опсег (МК), но и во однос на специфичните вештини (МК-KO-AL) за собирање, класификација и толкување на податоци.

4.1.6. Пристапот со двојна обука

Пристапот кон дуална обука (од училиште до работа) за новите вработени и кон *континуирана обука* за оние што веќе работат е различен во трите земји-партнери. Иако дуалната обука се практикува во Косово и Албанија, во Македонија нема заинтересирани во овој поглед. Добиените индикации го нагласуваат фактот дека во Македонија нема интерес од страна на компаниите за учество во ваков вид програма, но исто така се нагласува дека ова се должи и на фактот дека во моментот не постои јасна можност за активирање на овој вид патека, на што се додава и загриженоста дека откако ќе се обучат, младите луѓе ќе ја напуштат компанијата за да бараат други работни ситуации надвор од Македонија.

Сепак, за другите две земји ситуацијата е многу поинаква.

Од друга страна, во Албанија и Косово, темата за дуална обука е многу актуелна. Во поголема мера се практикува во Албанија (*главната предност на овој метод е директниот придонес што компаниите можат да го дадат кон квалитетот на теоретското знаење*), која на тој начин се истакнува како земја каде што експериментирањето е многу понапредно, дури и ако, се разбира, дури и тука постојат критични точки што делумно се споделуваат со Косово.

Прво на сите, се нагласува дека е важно да се пронајде вистинската рамнотежа помеѓу теоретските и практичните активности што треба да се вклучат во образовната програма.

Содржината на обуката треба да обезбеди униформни и дефинирани стандарди, така што курсевите што се посетуваат и можноста за сертифицирање на вештините се препознатливи. *(Предизвиците може да вклучуваат балансирање на теоретската настава со практичното искуство, обезбедување ресурси за практична обука и обезбедување релевантност на наставната програма. AL); (Осигурување дека практичната обука што ја нудат компаниите е првокласна и тесно поврзана со теоретските делови од програмата; Обезбедување униформност на стандардите за обука и очекувањата помеѓу образовната институција и светот на работата.; Главните предизвици се тешкотијата во усогласувањето на училишните наставни програми со реалните потреби и практики на секторот. КО).*

Најголемата загриженост што може да се види во анализата на територијалните истражувања е потребата од ажурирање на наставните програми на координиран начин помеѓу компаниите и училиштата. Во оваа смисла, квалитетот и присуството на тусторство во компаниите исто така игра важна улога, не само од причини поврзани со безбедноста на учениците. *(Едно од главните критични прашања поврзани со овие програми е обезбедувањето безбедност на учениците на работното место, особено во најопасните работни средини. Кога имате ученици кои работат за вас, ви е потребен ментор за нив, особено на почетокот, и треба да бидете во контакт со училиштето. дека наставниците и обучувачите имаат актуелно и релевантно знаење за индустријата. AL и КО) (Усогласувањето на теоретското образование со практичните барања на индустријата, обезбедувањето ментори за учениците и брзото прилагодување на технолошките промени претставуваат главни предизвици во програмите за дуална обука.)*

(Едно од главните критични прашања поврзани со овие програми е предизвикот да се биде во тек со брзите промени во технологиите и индустриските практики. Индустриските, особено оние погодени од дигиталните и зелените транзиции, се развиваат со брзо темпо, барајќи постојано ажурирање на наставната програма и компонентите за практична обука за да се обезбеди дека студентите се опремени со најновите вештини и знаења. КО)

Како заклучок, во однос на она што беше истакнато во интервјуата, двојната обука затоа има критични точки во однос на:

- **Координација помеѓу училиштата / давателите на услуги за ветеринарство и компаниите.** Клучно прашање е да се обезбеди ефикасна координација и комуникација помеѓу училиштата и компаниите. И двата субјекти мора да работат заеднички за да ги усогласат теоретските и практичните компоненти на програмата за обука. Покрај тоа, успехот на програмите за двојна обука зависи пред сè од квалитетот на практичната обука што ја обезбедуваат компаниите, каде што улогата на тусторот и менторот, кои се задолжени за следење и надгледување на патот на учење на студентите, е релевантна и стратешка. Клучно е да се обезбеди студентите да стекнат практично искуство во согласност со индустриските стандарди и идните барања за работа. Исто така, постои основен проблем во изборот на компании бидејќи некои може да бидат повеќе вклучени во процесот на обука, особено оние

каде што менаџерите на компании учествувале во слични програми и ја виделе неговата вредност, додека на други може да им биде тешко да обезбедат значајно искуство за учење. *(Да, учествував и научив многу. Обуката главно се спроведуваше во пракса. Предизвиците вклучуваат распределба на ресурси за практична обука и обезбедување релевантност на наставната програма за потребите на индустријата. AL)*

- **Одржувањето на вклученоста и мотивацијата на студентите** во текот на целиот курс може да биде предизвик. Од суштинско значење е програмите да се дизајнираат на начин што ќе ги задржи студентите заинтересирани и за теоретските и за практичните аспекти на нивната обука. *(Значаен предизвик е да се обезбеди студентите ефикасно да се прилагодат на корпоративната култура и работната средина. Интегрирањето на теоретското учење во училиште со практичната обука во реален деловен контекст може да биде сложен процес и е клучно да се обезбеди непречен премин за студентите. КО)*

(Помагање на учениците ефикасно да го управуваат своето време помеѓу училишните и работните обврски КО. Понудете соодветно кариерно водство за да им помогнете на учениците да го интегрираат своето учење со нивните кариерни цели. КО)

Предизвиците би можеле да вклучуваат усогласување на програмите за обука со потребите на индустријата, обезбедување практично искуство за студентите и обезбедување континуирана релевантност во услови на брзо менување на технологиите.

За време на училишното време, тешко е да се вклучат учениците бидејќи училишното време се преклопува со работата. Но, ние се обидуваме да ги искористиме нивните часови за практична работа каде што ги носиме учениците на пракси неколку недели по ред, или можеби попладне или во текот на летото.

Обуката е инвестиција во време, особено за оние што го започнуваат своето патување на учење, и економска инвестиција за училиштата и компаниите што учествуваат во програмите. Вклучувањето на учениците и другите актери во патеки што не се завршени или чии вештини, по нивното завршување, не се користат или се користат надвор од секторот во кој се спроведени проектите, е критично прашање на кое, директно или индиректно, акцент ставија интервјуираните оператори. Затоа е веројатно, но ова е последователна евалуација што треба дополнително да се истражи, дека феноменот на млади луѓе што го напуштаат секторот, а кои следеле специфични патеки на учење, е исто така релевантен.

4.1.7. Потребни личности и вештини на пазарот на трудот

Побарувачката за професионални лица за трите главни сектори на туристичко сместување, посредување и угостителство претставува многу разновидна ситуација во трите земји-партнери. Основниот факт што е заеднички за сите сектори е дека постојат значителни тешкотии во потрагата по професионални профили и за повисоки нивоа и за пооперативни лица.

Во однос на сместувачките бизниси, компаниите честопати имаат тешкотии да најдат вработени способни за работа со дигитални технологии. Оваа ситуација е особено очигледна во Албанија и Косово.

Сепак, во сите три земји, дури и најоперативните личности се чини дека е тешко да се најдат. *(Компаниите честопати имаат тешкотии да најдат професионалци вешти во дигиталните технологии, практиките за одржливост и со мешавина од технички и трансверзални вештини. AL - Потребни ни се квалификувани работници од сите нивоа, келнери, готвачи, хигиеничарки итн.) МК - Сомелиер КО).*

Особеност, која е експлицитно нагласена во некои земји (Алабама и Колорадо), е тоа што компаниите во туристичкиот сектор честопати имаат тешкотии да најдат професионалци со искуство во практиките за одржлив туризам. *(Оваа улога бара луѓе со длабоко разбирање на принципите на одржлив туризам и способност за спроведување еколошки практики во Алабама).*

Од друга страна, во рестораните постои широко распространет недостиг од квалификувани работници на сите нивоа: готвачи, келнери, слаткари, но и чистачи. Покрај овие, постојат тешкотии во пронаоѓањето поспецијализирани и високо обучени лица, на пр. кулинарски антрополози, еколошки архитекти и куратори на дигитални искуства, како и експерти за културна гастрономија, специјалисти за блокчејн интеграција и водичи за екотуризам (AL). Нишните работни места се барани, но тешко се пополнуваат поради недостаток на специјализирани образовни програми. Компаниите честопати се борат да најдат кандидати со меки вештини како што се прилагодливост, емоционална интелигенција и културна компетентност. Важни докази доаѓаат од анкетата во Албанија, која исто така ја нагласува потребата од подобрување на квалитетот на обучувачкиот корпус.

Конечно, но само во Косово, прашањето на компаниите за посредување, и туристички оператори и традиционални малопродажни агенции и онлајн агенти за продажба, кои се соочуваат со тешкотии во пронаоѓањето професионалци со искуство во управувањето и промоцијата на културни и историски туристички места и дополнителни пречки во пронаоѓањето професионалци со искуство во практиките за одржлив туризам.

Тешкотијата во наоѓањето нови вработени е особено критична во Албанија, каде што туризмот се соочува со криза на недостиг на работна сила, а проблемот веројатно ќе продолжи и во наредните години, со оглед на моменталните демографски и емиграцијални трендови. Одржливоста на секторот зависи од градењето капацитети за решавање на овој проблем и од клучно значење е туристичкиот бизнис да дејствува за да го направи секторот попривлечен и за работниците, преку вклучување на локалните заедници, преземање иницијативи за подобрување и преквалификација на работната сила и промовирање програми за обука и чиракување. Исто така, постои повик за јавна интервенција во соработката со секторот за решавање на структурните проблеми и нивна поддршка преку финансиски стимулации и други форми (субвенции за плати итн.), инфраструктура, дигитализација на јавниот превоз итн., а постои и потреба да се дефинира завршувањето на синџирот на обука во туризмот преку решавање на недостатокот на стручни училишта или центри за обука.

Во Албанија, пред сè, постои жалба за недостатокот на специјализирана обука, што треба да се реши со ажурирање на наставните програми на стручните училишта, а исто така и

преку соработка помеѓу туристичката индустрија и образовните институции за да се премости јазот преку дизајнирање на наставни програми во согласност со потребите на секторот.

Во угостителскиот сектор, тешкотијата во наоѓањето специфични професионалци произлегува и од нееднаквостите во вештините, образовните празнини, негативните перцепции, соперништвото со другите сектори, перцепираната стагнација и надворешните влијанија како што се глобалните настани или економските падови. Новите вработени, со потребната комбинација на технички и трансверзални вештини, често се тешки за наоѓање поради променливата и динамична природа на секторот, што бара комбинација од технички вештини и трансверзални вештини (комуникација, решавање проблеми, прилагодливост) врз кои треба да се дејствува и кои не се проследени со обука (AL и KO).

Пристапот на новите учесници до курсеви за стекнување на потребните вештини потоа е попречен од заблуди за работната средина во индустријата, долги работни часови и ограничен кариерен раст. Овие фактори можат да ги одвратат потенцијалните кандидати од градење кариера во угостителската индустрија. (AL - KO - MK).

Пронаоѓањето професионални профили е предизвик на пазарот на трудот во сите земји-партнери на проектот денес. Заминувањето на младите луѓе и недостатокот на интерес за професии доведоа до тешкотии на пазарот на трудот. Извештаите од земјите покажуваат дека справувањето со овој проблем бара повеќеслоен пристап што вклучува соработка помеѓу компаниите, образовните институции и другите засегнати страни. Многу стратегии се чини дека се можни; како што е нагласено и погоре, ажурирање на наставните програми, комуникација насочена кон подобрување на имиџот на работата во туризмот и спротивставување на предрасудите, како и подобрување на платите, кои не изгледаат особено привлечни и мотивираат луѓето да влезат во туризмот како работа, и други. Сепак, постои еден аспект што е нагласен повеќе од другите, имено потребата од продолжување на периодите на практично искуство, исто така и со програми за чиракување и стажирање. Ова би можело да биде канал, во комбинација со активности за ориентација, исто така развиени со користење на посовремени технологии и јазици, за подобрување на регрутирањето и мотивацијата за избор на туризмот како кариерна област. Ова би можело дополнително да се поддржи и со **подобра употреба на технологии за учење од далечина или за симулирање на работни средини со користење на виртуелна реалност. На овој начин, со целосна безбедност, студентите би можеле да ги научат барем првите чекори од индивидуалните работни активности и да влезат во последователните искуства во компанијата веќе со минимум знаење што би им овозможило веднаш да бидат оперативни.**

Како заклучок, се чини дека е потребно да се преземат мерки за подобрување на националните системи за обука со поголем фокус на потребите на секторот и развојот на вештини во согласност со барањата на променливите пазари на трудот. Накратко, би било добро и корисно да се интервенира со:

- Партнерство со работодавачи: промовирање силни партнерства со лидерите во индустријата за да се обезбеди дека програмите за обука се усогласени со тековните и идните потреби на работната сила. Формирање советодавни комитети со професионалци од индустријата за давање увид во барањата за вештини.

- Флексибилни и агилни наставни програми: развивајте флексибилни и агилни наставни програми кои можат брзо да се прилагодат на технолошкиот напредок и индустриските трендови. Вклучете студии на случај и проекти од реалниот свет за да обезбедите практично искуство.
- Практични можности за учење: интегрирање на практично искуство, пракси и програми за кооперативно образование во академските програми. Ова им овозможува на студентите да го применат теоретското знаење во контексти од реалниот свет.
- Интеграција на технологијата: интегрирање на технологијата во образовните практики, вклучувајќи **платформи за е-учење, виртуелни лаборатории и симулации**. Запознајте ги студентите со алатките и технологиите што се користат во нивните соодветни области.
- Развој на меки вештини: Нагласете го **развојот на меки вештини, како што се комуникација, критичко размислување, решавање проблеми и тимска работа**. Овие вештини се неопходни за успех во различни професионални средини.
- Интердисциплинарни пристапи: нудат интердисциплинарни програми што поттикнуваат соработка во различни области. Ова ја одразува реалноста на многу современи работни места каде што на вработените им се потребни разновидни вештини.
- Можности за доживотно учење: промовирање култура на доживотно учење преку нудење можности за континуирано образование и подобрување на вештините. Нудење кратки курсеви, работилници и онлајн ресурси за професионалци во различни фази од кариерата.
- Советување: подобрување на услугите за кариерно советување за да се водат студентите во донесувањето информирани одлуки за нивните образовни патеки и потенцијални кариерни траектории. Ова вклучува обезбедување информации за индустриите во развој и бараните вештини.
- Инклузивни образовни практики: Имплементирајте инклузивни образовни практики што се однесуваат на различни ученички популации. Осигурајте се дека наставните материјали и методи ги земаат предвид потребите на учениците од различно потекло.
- Интернационализација на образованието: промовирање на глобални перспективи преку поттикнување на меѓународни размени, колаборативни истражувачки проекти и изложеност на различни култури. Ова ги подготвува студентите за глобализиран пазар на трудот.
- Развој на претприемачки вештини: вклучување на претприемачко образование за да се негува култура на иновации и креативност. **Обезбедување на учениците вештини и начин на размислување потребни за започнување на сопствени потфати**.
- Континуирани јамки на повратни информации: воспоставете механизми за континуирани повратни информации од работодавците, поранешните студенти и индустриските партнери. Користете ги овие повратни информации за да ги усовершите и ажурирате програмите за обука за да ги задоволите моменталните потреби на индустријата.
- Акцент на дигиталната писменост: интегрирање на вештини за дигитална писменост во наставната програма, осигурувајќи се дека учениците се вешти во користењето на дигитални алатки, управувањето со информации и онлајн соработката.

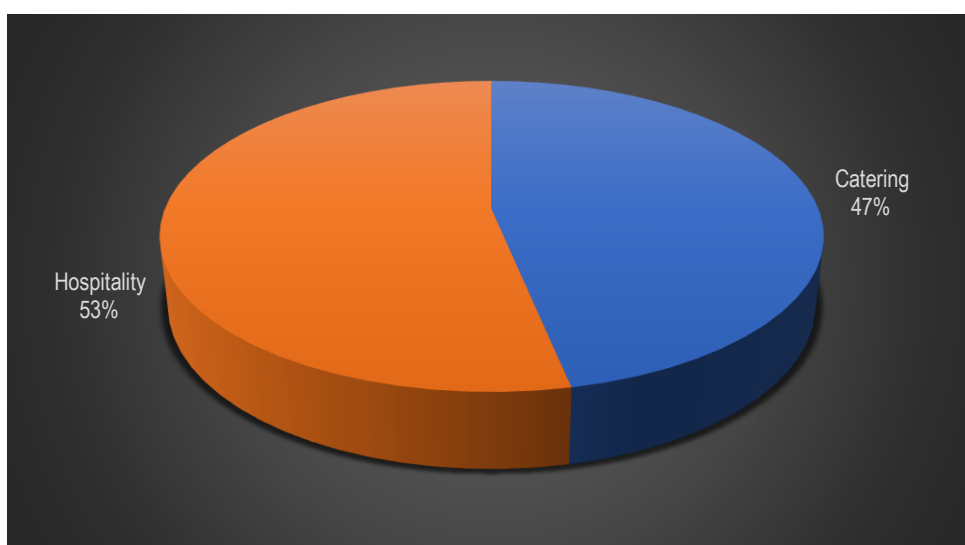
- Наставна програма за одржливост: вклучува обука за одржливост на животната средина, подготовка на студентите за кариери кои се занимаваат со климатските промени и одржливите практики во различни сектори.

4.2 Резултати од прашалниците

4.2.1. Карактеристики на интервјуируаниот панел

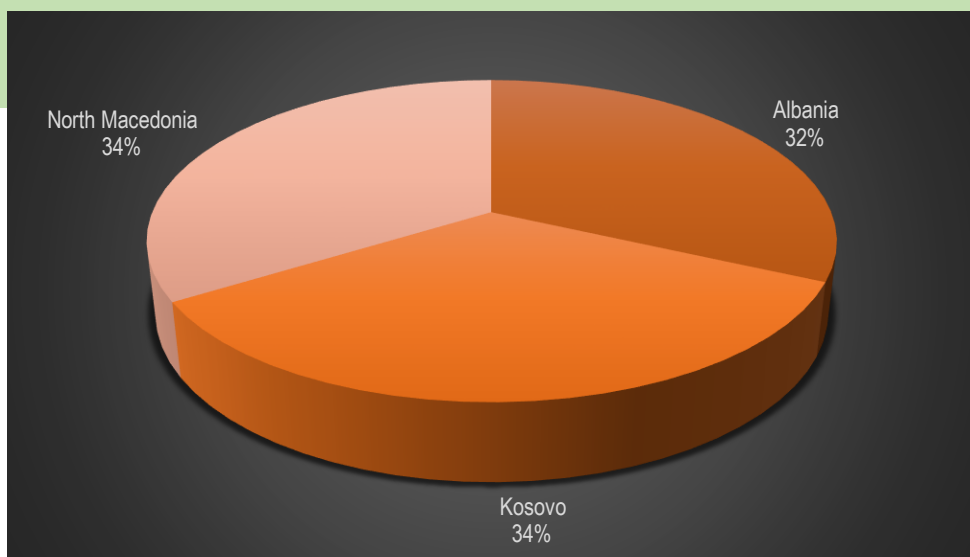
Вкупно 154 испитаници одговорија на прашалникот, од кои 53% беа од секторот „Угостителство“, а останатите од секторот „Угостителство“, во согласност со целите на проектот VIRTUal .

Тип на испитаник



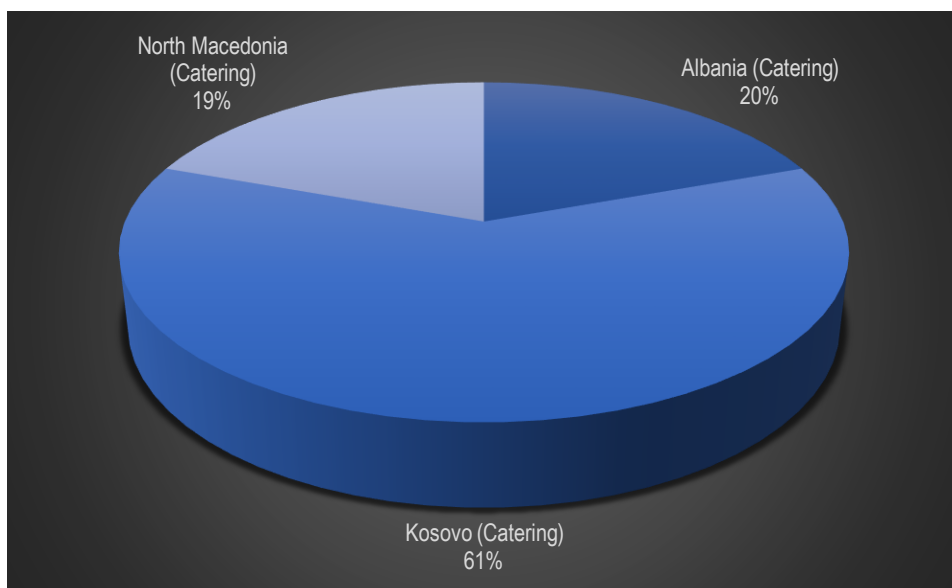
Интервјуираните компании доаѓаат подеднакво од 3-те земји партнери на проектот.

Географско потекло на испитаниците



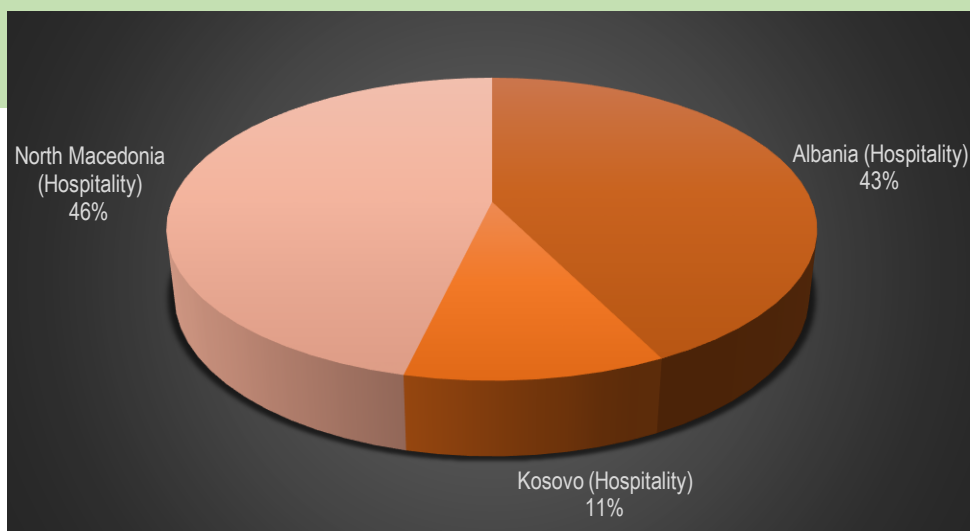
Угостителските компании првенствено доаѓаат од Косово (61%).

Географско потекло на испитаниците (Угостителство)



Угостителските компании првенствено доаѓаат од Северна Македонија (46%).

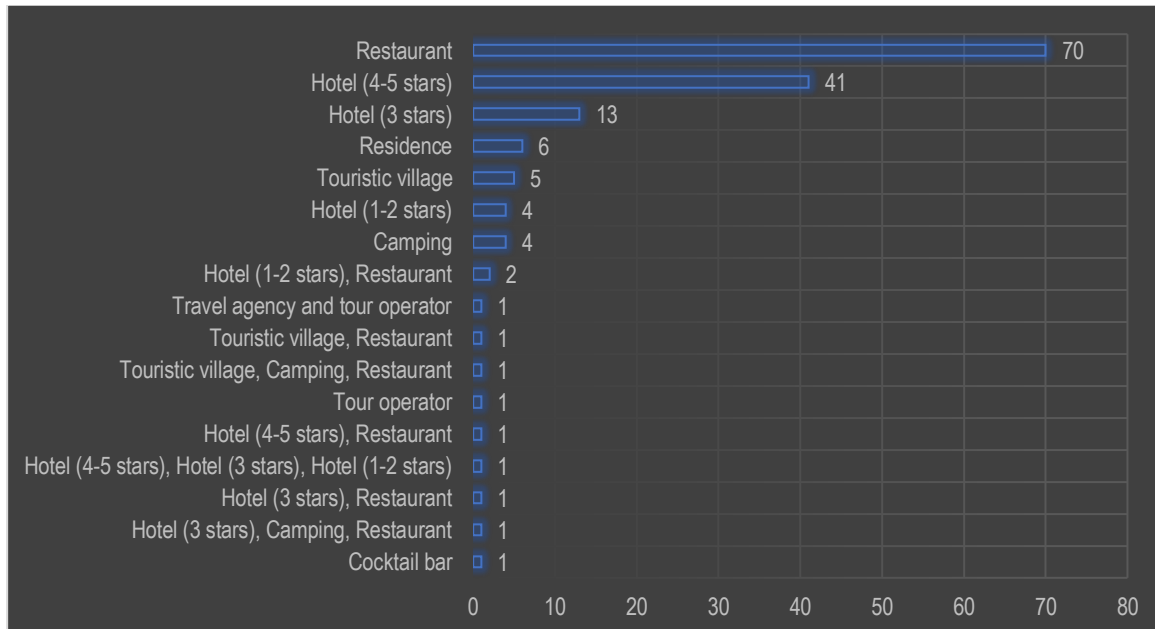
Географско потекло на испитаниците (гостопримство)



Интервјуираните компании, кога се разгледуваат специфичните видови на поврзаност, се главно ресторани, по што следат хотели од висока категорија. Интересно е да се забележи присуството, во рамките на примерокот, на групи кои претставуваат повеќе видови истовремено, што дава поширок поглед на секторот, следејќи ја логиката на синџирот на снабдување.

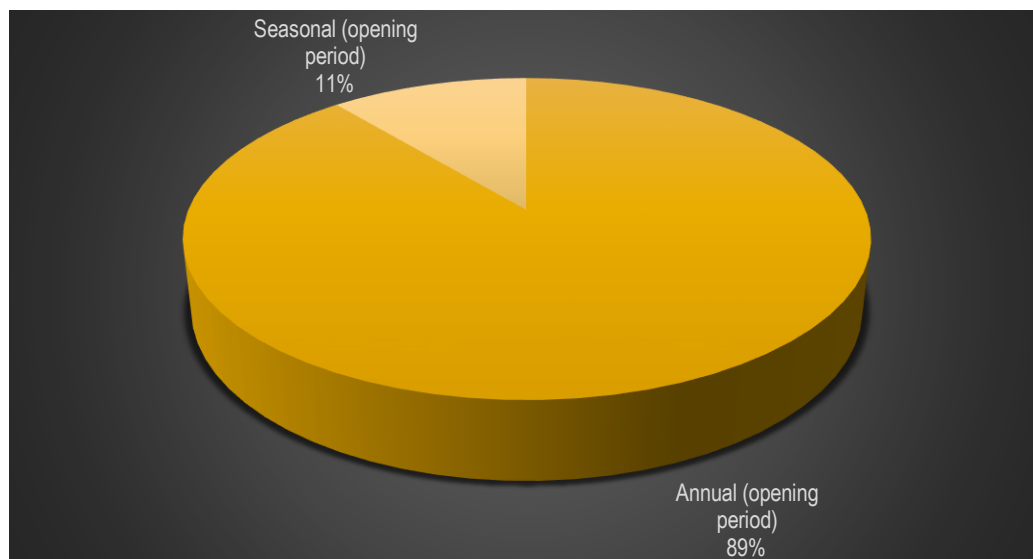
Просечниот број на вработени во интервјуираните компании е 23.

Просечен број на вработени по тип на испитаници



Примерокот/панелот е составен главно од компании кои работат преку целата година. Само 11% го управуваат својот бизнис со сезонски отворања. Ова се исто така неодамна основани компании, со оглед на тоа што просечната година на започнување е 2011 година.

Работни периоди

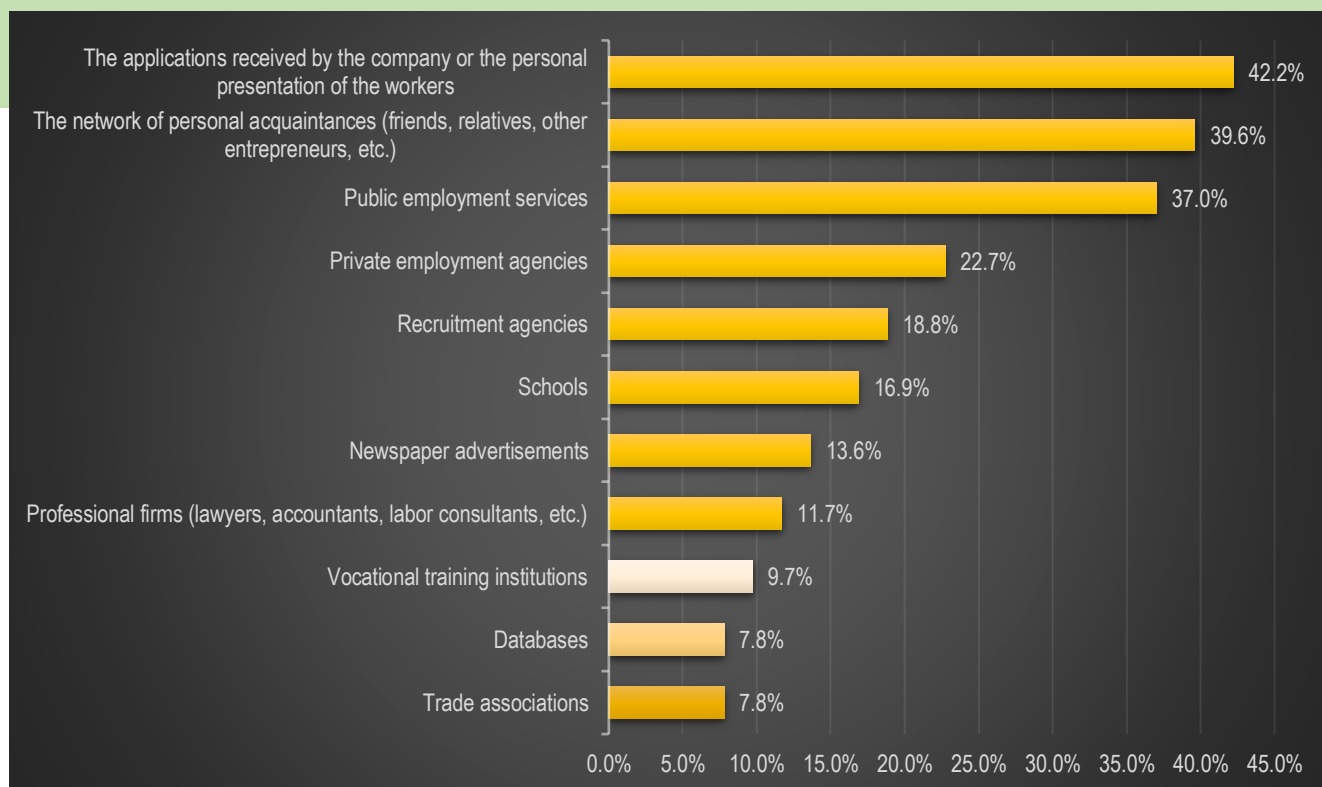


4.2.2. Регрутирање на персонал

Каналите што првенствено се користат за регрутирање на персонал ¹⁸се „апликации примени директно од компанијата или презентации примени од работниците“ (повеќе од 40% од примерокот); веднаш по нив се „мрежи на лични познаници (пријатели, роднини, ...)“ кои го поддржуваат процесот на селекција со апликации, препораки итн. (39,6%). Според примерокот, важна улога играат „Јавните служби за вработување“ (37%), кои ги надминуваат приватните („Приватни агенции за вработување“) во процесот на усогласување на побарувачката и понудата (22,7%). „Институциите за стручно образование“ играат маргинална улога, иако сè уште се присутни во системот за усогласување (9,7%).

Канали за регрутирање

¹⁸Прашањето дозволуваше да се наведат повеќе опции за одговор.

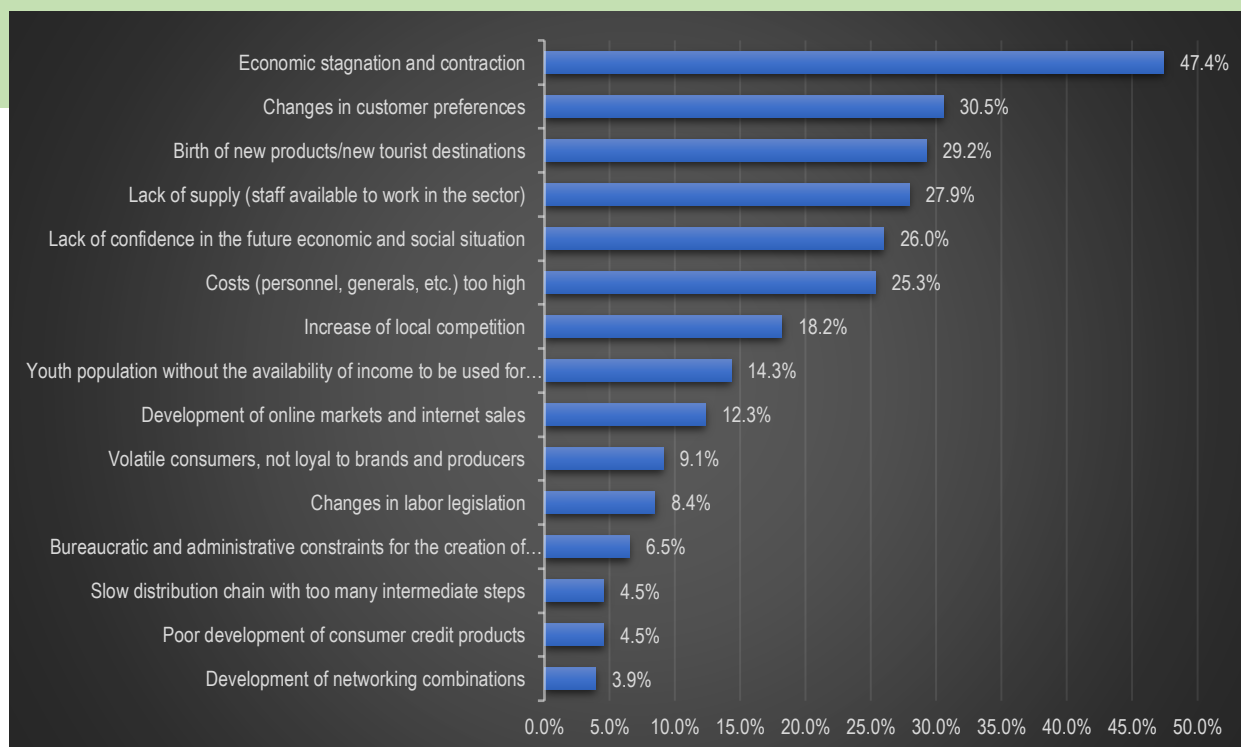


4.2.3. Двигатели на промени и стратегии

Компаниите во примерокот/панелот ги идентификуваа, во перспектива, клучните двигатели на промените што би можеле да влијаат врз компанијата и нејзината организација повеќе од другите. Покрај економската стагнација, која е спомената во речиси половина од одговорите, постојат значајни загрижености поврзани со:

- Социолошки, социјални и психолошки аспекти („Промени во потрошувачките преференции“, 30,5%, „Недостаток на доверба во идната економска и социјална состојба“, 26%, „Младо население без достапност на приход што може да се користи за потрошувачка“, 14,3%)
- Конкуренција во секторот („Раѓање на нови производи/нови туристички дестинации“, 29,2%, „Зголемување на локалната конкуренција“, 18,2%)
- Фактор на труд („Намалена достапност на работна сила“, 27,9% и „Превисока цена на трудот“, 25,3%).

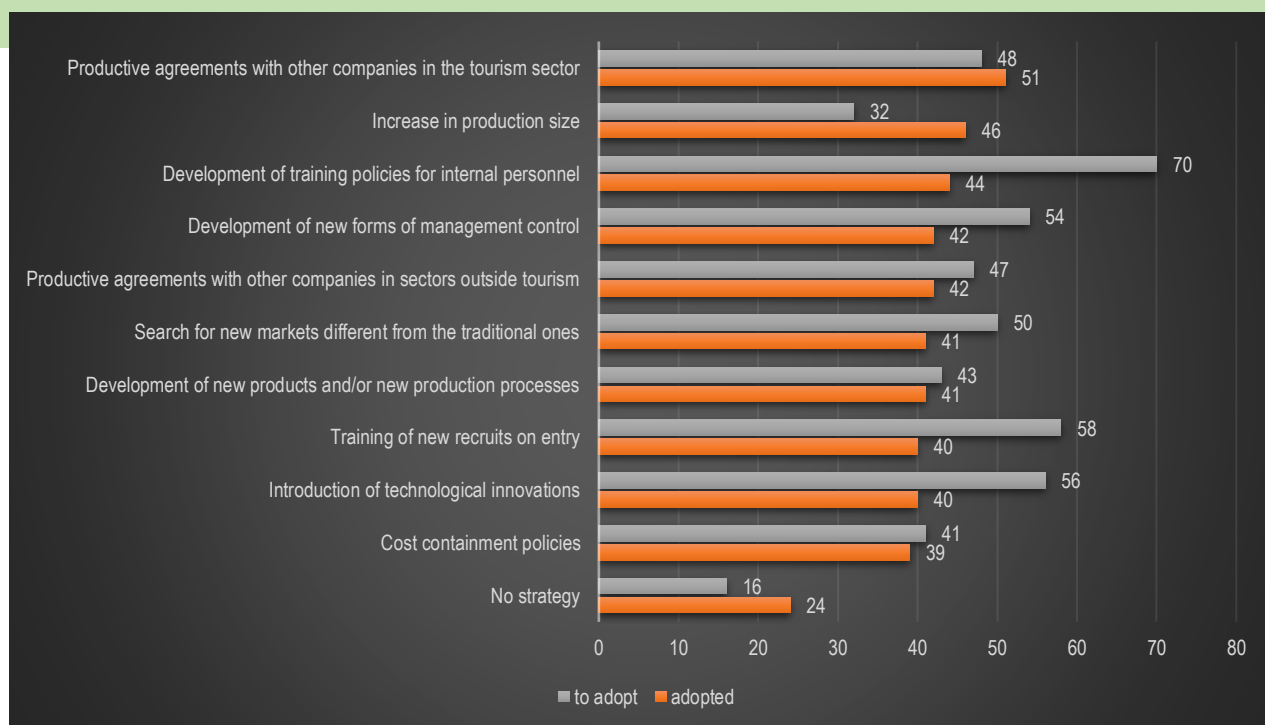
Двигатели на промена



Од компаниите беше побарано да ги споделат своите стратегии што веќе ги презеле или планираат да ги преземат. Една третина од примерокот (51 испитаник) го нагласи вмрежувањето („Продуктивни договори со други компании во туристичкиот сектор“), проследено со „Зголемување на големината на производството“ (46 испитаници). Ова укажува на фокус на зголемување на продуктивноста и преку соработка со други компании во индустријата и преку директна работа на внатрешни димензии.

Развојот на политики за обука за раст на персоналот е меѓу најчесто споменуваните решенија, насочени и кон постојниот персонал (70 испитаници) и кон нововработениот персонал (58 испитаници).

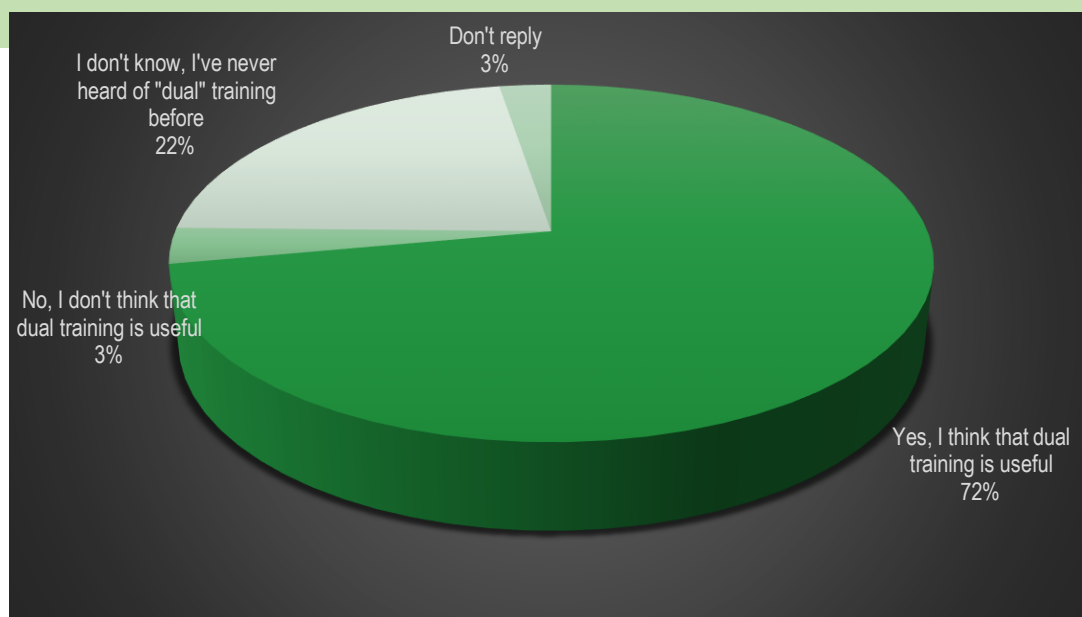
Стратегии за предизвици/двигатели



4.2.4. Двојна обука

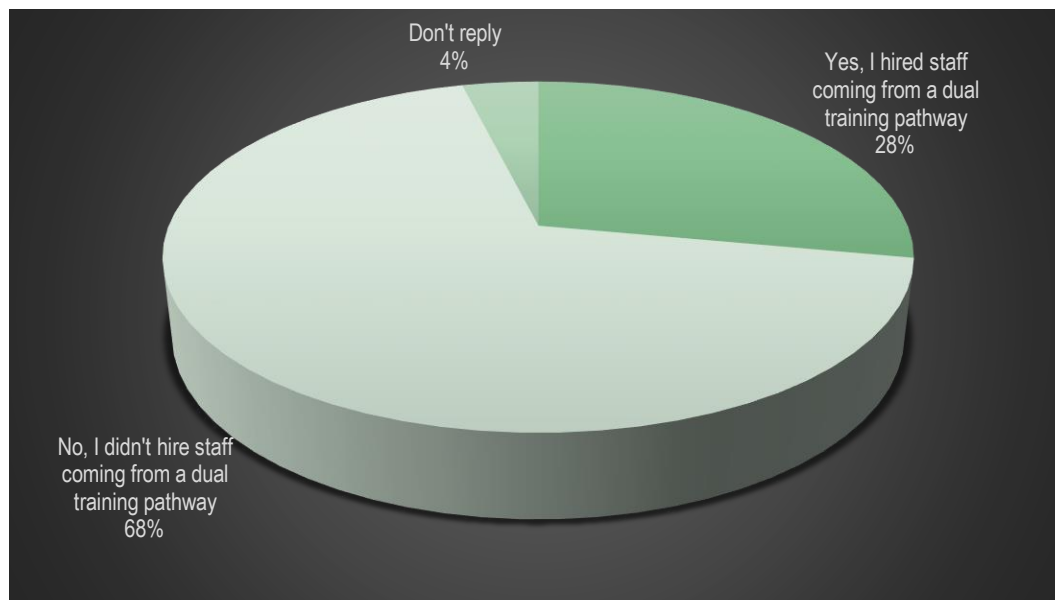
Значителен процент од испитаниците (22%) наведуваат дека не се запознаени со значењето на „двојна“ обука, додека оние кои се запознаени со овој метод на учење, врз основа на наизменично учење во училиница (во образовна институција) и практична обука во работни услови (во компанија/организација), го сметаат за корисен (72%). Исклучок се 3% кои не ја препознаваат неговата корисност.

Познавање на „двојна“ обука



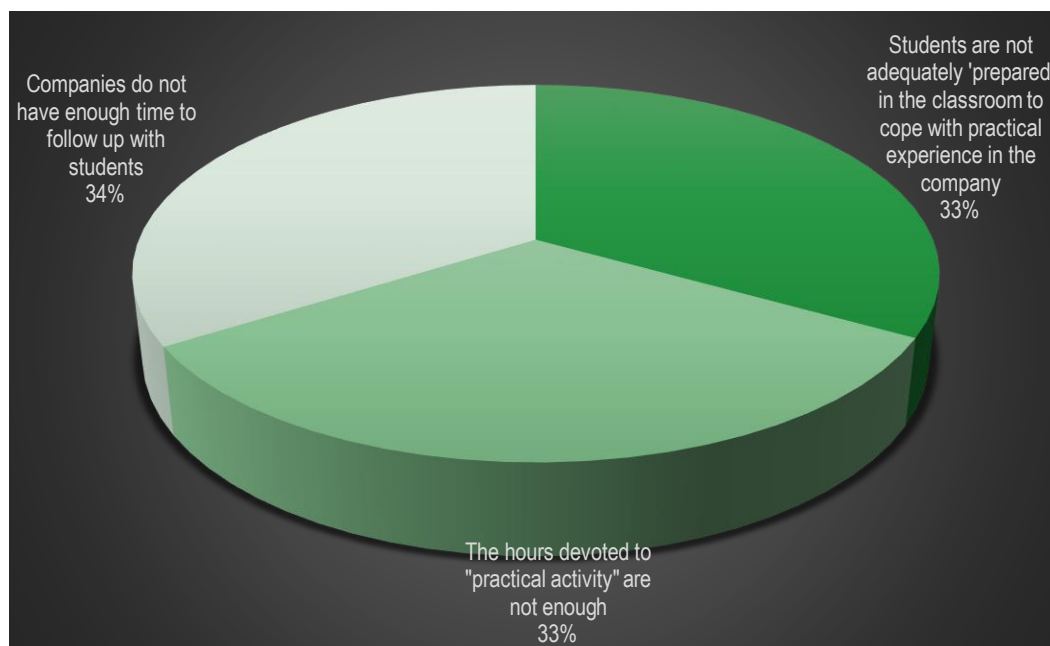
Иако пристапот со дуална обука го сметаат за „корисен“ од 72% од компаниите, само 28% од нив пријавуваат дека вработиле персонал од програми што го имплементирале овој метод. Овие податоци може да се припишат на ниската распространетост на ваквите програми во регионот, недостатокот на свест кај компаниите за образовните институции што нудат дуални програми или недоволната комуникација и соработка меѓу компаниите и образовните институции.

Корисност на пристапот „двојна“ обука



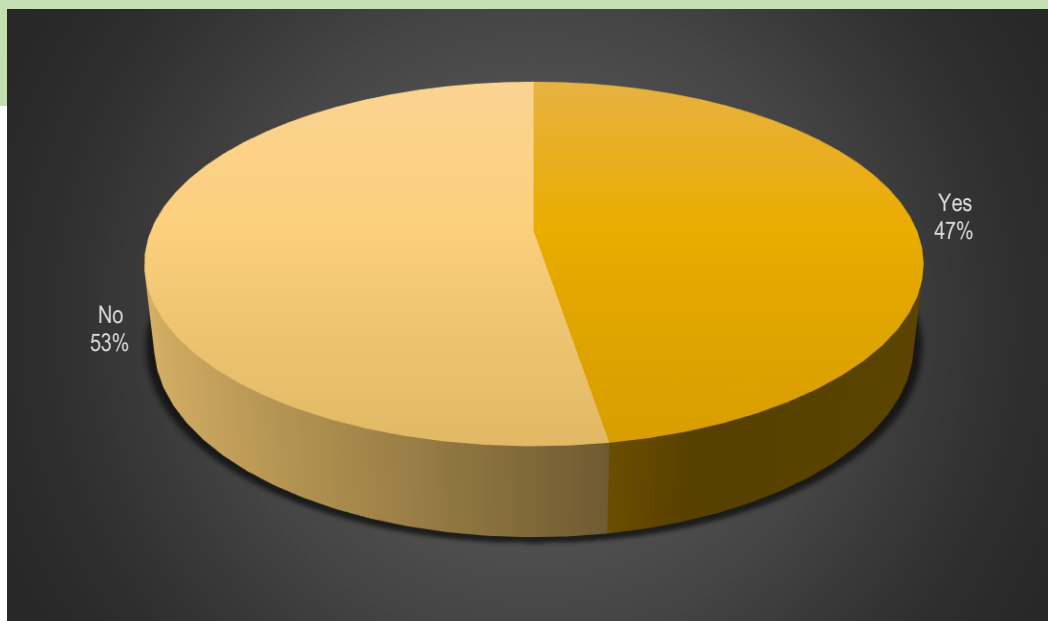
Компаниите истакнуваат три критични проблеми кои подеднакво ги карактеризираат двојните програми за обука во туристичкиот сектор. Тие вклучуваат недостаток на време одвоено од компаниите за следење на студентите, недоволна подготовка обезбедена од овие курсеви за да се олесни полесниот премин на студентите во корпоративната средина и несоодветен број часови посветени на практичните аспекти за време на активностите во училиницата.

Критики за пристапот на „двојна“ обука



Нешто помалку од половина од испитаниците (47%) изјавиле дека спровеле обуки за својот персонал во последните 3 години.

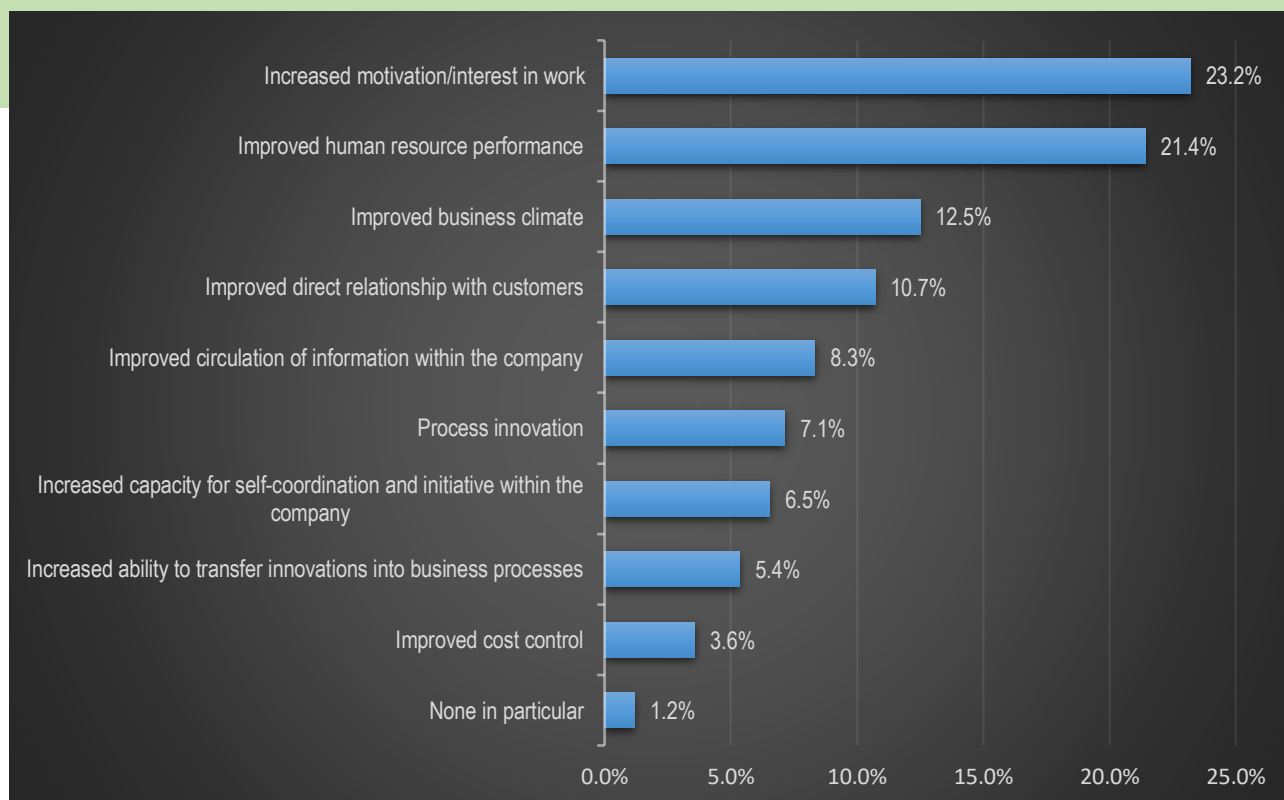
Имплементација на континуирана обука (курсеви) во последните 3 години



Оние кои изјавиле дека учествувале во обука во последните 3 години го идентификувале примарниот ефект како зголемување на мотивацијата/интересот за нивната работа (23,2%). Веднаш по нив следува подобрување на професионалните перформанси на персоналот (21,4%). Само 1,2% не истакнале никаков посебен ефект по завршувањето на програмите за обука.

Некои од споменатите значајни ефекти вклучуваат подобрувања во работната клима на компанијата (12,5%) и односот со клиентите (10,7%), што е особено клучно во услужните индустрии како што се рестораните и туризмот. Обуката се чини дека има ограничено влијание врз иновативните способности (7,1%), способноста за пренесување на иновациите во деловните процеси (5,4%) и вештините за самокоординација (6,5%).

Влијание на континуираната обука врз работата



4.2.5. Фокус на знаење и вештини

Следните прашања имаа за цел да ги разберат перцепираните празнини, од страна на претприемачите во панелот, во обуката на работниците во секторот, а последователно и кои области на знаење можат поефикасно да се развијат преку практично-оперативен пристап. Прво, беше поставено прашање во врска со пресекот помеѓу функционалните области и областите на експертиза, при што вторите беа поделени на „релациски и комуникациски“ вештини, „организациски“ вештини и „специјализирани и технички“ вештини.

Еве еден преглед на сложената слика што се појави:

- „Специјализираните и техничките“ вештини се перцепираат како најрелевантна потреба, без оглед на функционалните области. Ова е оправдано со фактот дека овие вештини се пораспространети во која било компанија и имаат тенденција да бидат важни во која било функционална област.
- Постои поголема потреба за подобрување на повисоките нивоа, иако не за сите функционални области. Затоа, како што се намалува нивото на управување, се намалува и потребата за подобрување на сите три наведени типа вештини.
- Комуникациските и релациски вештини, за кои се смета дека треба повеќе да се подобрат, се однесуваат на областите „Состаноци/Конференции“, „Салон во ресторан“ (високо ниво), „Менаџмент/Насока“ и подеднакво, на областите „Маркетинг“ и „Анимација“.

- Организациските вештини, за кои се смета дека треба повеќе да се подобрат, се однесуваат на областите „Кујна“, „Човечки ресурси“ (високо и средно ниво) и областите „Анимација“ (средно ниво) и „Бар“ (високо ниво).
- Специјализираните и техничките вештини, за кои се смета дека треба повеќе да се подобрат, се однесуваат на областите „Информатичка технологија“, „Маркетинг“, „Менаџмент/Насока“ и „Кујна“ (високо ниво).
- Високите нивоа на „Менаџмент/Насока“ и „Кујна“ се оние каде што се забележува поголема потреба за подобрување на поседуваните вештини, можеби затоа што тие се сметаат за покритични за развојот на секторите што се испитуваат (Угостителство и угостителство).

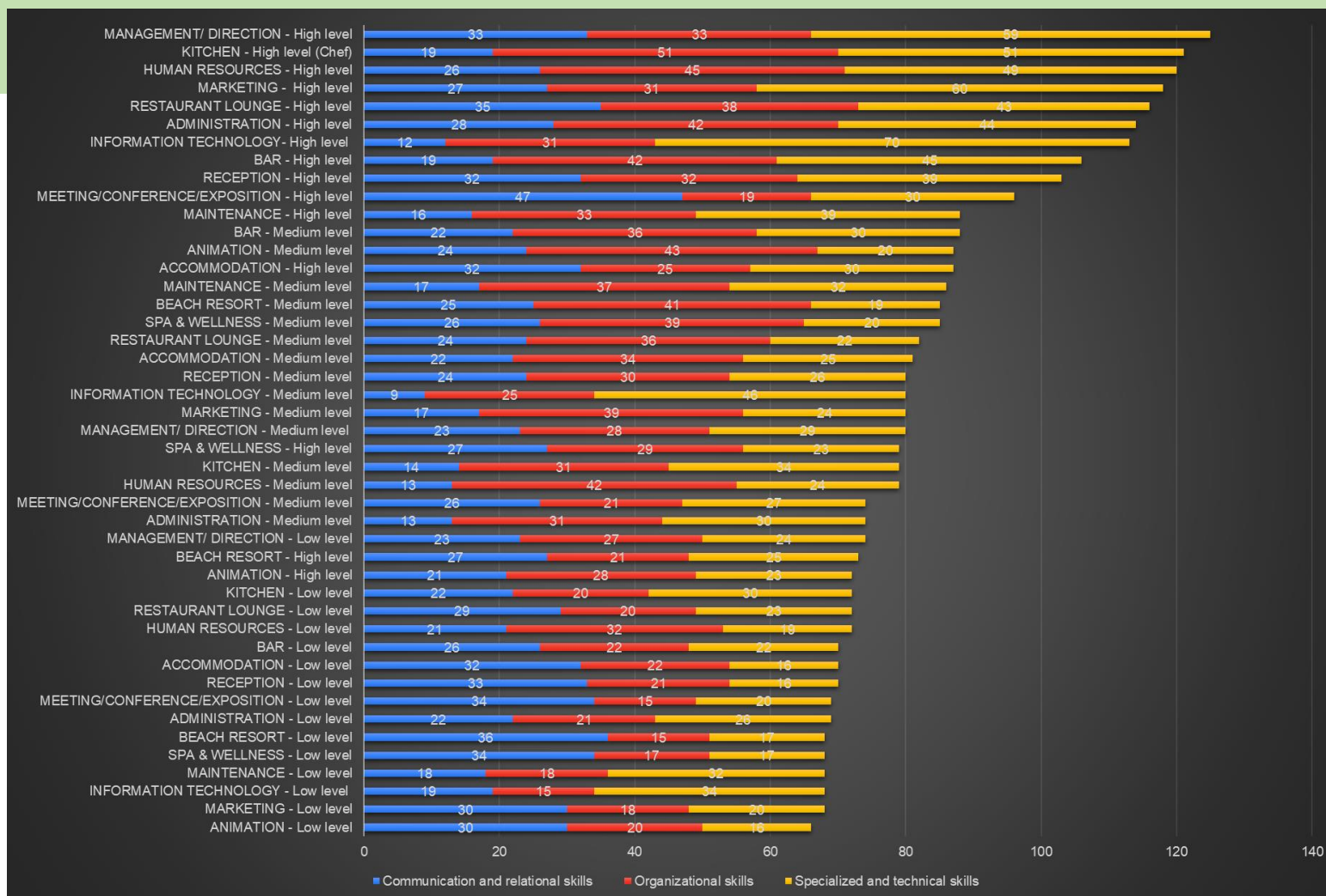
Функционални области и вештини за зајакнување во туристичкиот сектор (угостителство и угостителство)



Co-funded by the
European Union

ЕАСЕА – Еразмус+ Градење капацитети во стручното образование и обука, бр. 101092478 — VIRTU.AL

Поддршката од Европската комисија за производство на оваа публикација не претставува одобрување на содржината, која ги одразува само ставовите на авторите, а Комисијата не може да се смета за одговорна за каква било употреба што може да се направи на информациите содржани во неа.



Клучно прашање, со цел дефинирање на содржината врз која ќе се структурираат програмите за обука за VIRTual, се однесува на областите на знаење (до 5) врз кои ќе се базира претежно практичната обука за да се обезбеди поголема ефикасност во активностите што треба да се преземат и алатките за виртуелна симулација. Со оглед на вкупното споменато знаење/содржина, прашањето предизвика значителен интерес. Во просек, испитаниците дадоа 4,95 одговори, што укажува дека, во просек, секој дал повеќе од 4 области за кои би размислил за практична обука.

Повеќе од една третина од одговорите се конвергираат кон практична обука фокусирана на:

- Управување со човечки ресурси
- Анализа на пазарот и конкурентите
- Маркетинг и промоција
- Буџетирање.

Помалку нагласени, иако активности од силно практична природа каде што симулацијата е несомнено вредна како метод на обука, се областите на знаење поврзани со „прием на клиенти“ (22,1%) или „техники на продажба“ (17,5%).

Интересно е да се забележи дека над една четвртина од одговорите (26%) се спојуваат во знаењето поврзано со „управувањето со економските и организациските односи во мрежните компании (синџири, франшизи итн.)“. Очигледно, испитаниците се дел од синџири, веројатно семејно управувани, каде што е важно да се осврне на лидерството во менаџерски контекст. Попредизвикувачко е да се замисли оперативна обука за овие аспекти.

Во исто време, компаниите ставаат поголем акцент на поседувањето меки вештини како што се емпатијата и способноста за прилагодување на различни ситуации и решавање проблеми, кои стануваат клучни за персонализирана услуга и за управување со гости од различно потекло и со многу високи очекувања.

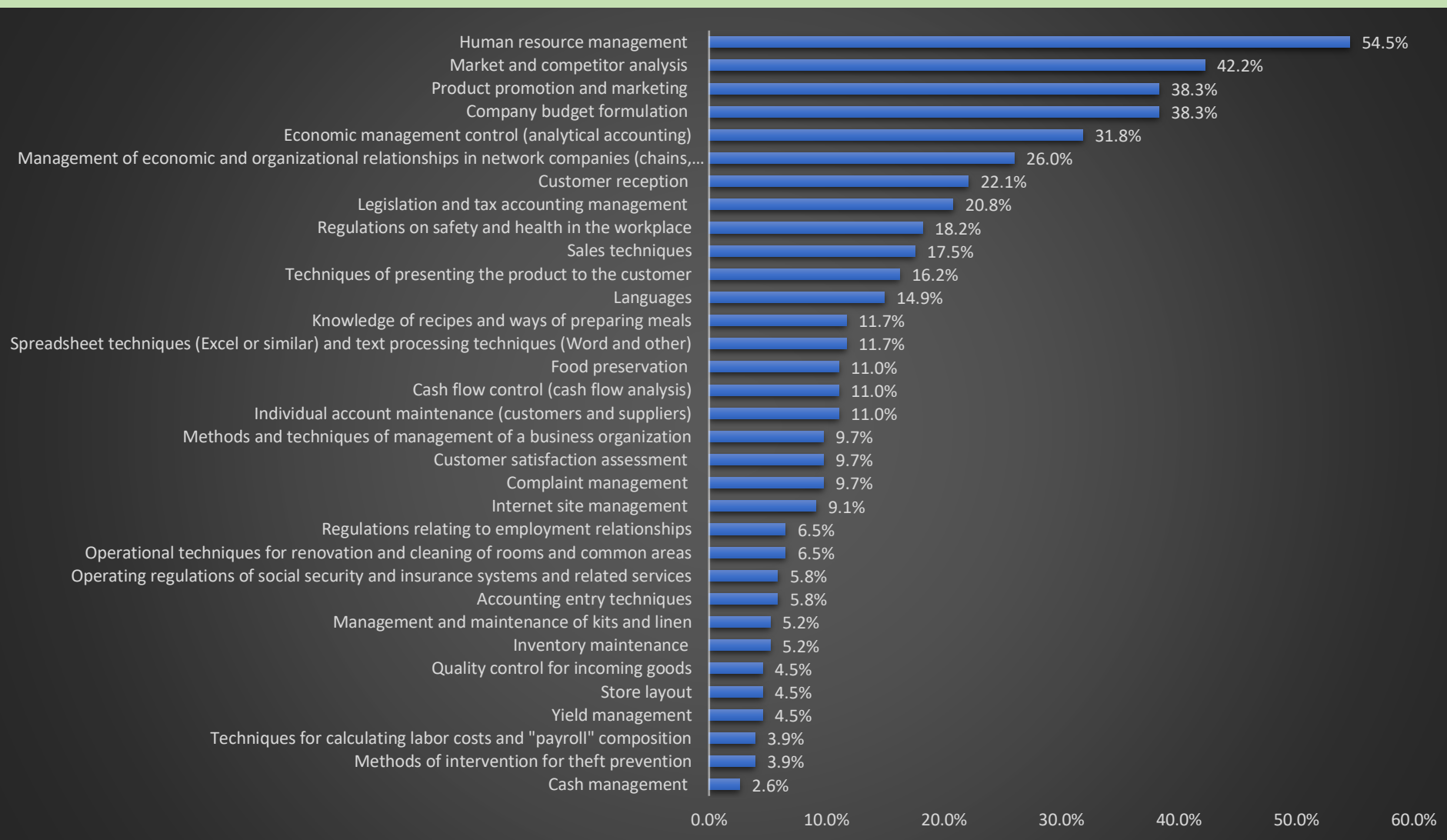
Области на знаење што треба да се предаваат преку „Практична обука“



Co-funded by the
European Union

EACEA – Еразмус+ Градење капацитети во стручното образование и обука, бр. 101092478 — VIRTU.AL

Поддршката од Европската комисија за производство на оваа публикација не претставува одобрување на содржината, која ги одразува само ставовите на авторите, а Комисијата не може да се смета за одговорна за каква било употреба што може да се направи на информациите содржани во неа.



EACEA – Еразмус+ Градење капацитети во стручното образование и обука, бр. 101092478 — VIRTU.AL

Поддршката од Европската комисија за производство на оваа публикација не претставува одобрување на содржината, која ги одразува само ставовите на авторите, а Комисијата не може да се смета за одговорна за каква било употреба што може да се направи на информациите содржани во неа.



Co-funded by the
European Union

5. Како да се подобрат вештините и професионалните бројки преку пристапот/алатките на ViRTu.AL

Она што произлегува од спроведените анализи, и во однос на интервјуата и прашалниците, сепак е значајна критичност. Всушност, во сè поконкурентен контекст и на пазар кој значително порасна во сите три виртуелни земји, постои постојано растечка потреба од обука. Компаниите се борат да најдат персонал воопшто; уште повеќе, тие се борат да најдат соодветно обучен персонал.

Практичните аспекти на обуката, секако, се сметаат за многу важни. Постои силна свест дека не сите вештини што практиката овозможува стекнување можат да се пренесат во училишта. Затоа, важно е да се зајакне соработката помеѓу светот на образованието и светот на работата, ажурирајќи ги програмите за обука кои не секогаш се сметаат за соодветни за иновации, особено во технолошките и зелените аспекти што влијаат на секторот.

Од анализата на мапираните курсеви, пак, произлегува дека постои повеќе или помалку специјализирана обука во угостителскиот и угостителскиот сектор. Некои курсеви имаат теоретски пристап, со цел да ги воведат основните елементи поврзани со туристичкиот сектор. Овие курсеви не пренесуваат технички професионални вештини, а уште помалку оперативни вештини. Други, напротив, имаат за цел да пренесат многу оперативни вештини кои можат да се стекнат исклучиво во училишта, со ограничена употреба на двоен режим, на пример, курсеви за обука за електронски системи за резервација. Други се професионални курсеви дизајнирани да ги пренесат потребните вештини за одредена професија: пекар, слаткар, рецепционер итн.

Сите овие курсеви имаат заедничка карактеристика, иако не сите во иста мера - отсуството на посебна област за обука за учење меки вештини. Анализите откриваат акцент на развојот на меки вештини, како што се комуникација, критичко размислување, решавање проблеми и тимска работа. Овие вештини се неопходни за успех во различни професионални средини. Компаниите ставаат поголемо значење на поседувањето меки вештини како што се емпатијата и способноста за прилагодување на различни ситуации и решавање проблеми, кои се клучни за персонализирана услуга и управување со гости од различно потекло со многу високи очекувања.

Особено, комуникациските и релативни вештини се уште поважни од техничко-професионалните вештини (според анализата спроведена преку прашалниците), како за позиции на ниско ниво во функции како што се „Сместување“, „Анимација“, „Маркетинг“, „Состаноци/Конференции/Изложби“, „Прием“, така и за функции на високо ниво во „Сместување“, „Плажен одморалиште“, „Состаноци/Конференции/Изложби“, „СПА и велнес“.

Затоа, може да се претпостави дека е потребно да се развијат виртуелни симулациски образовни активности фокусирани на учење на некои меки вештини, со што ќе се подобрат менаџерските вештини, кои исто така се покажаа како релевантни во сите професионални улоги, без оглед на функционалните области и нивото што го поседуваат.

6. АНЕКС 1 – ФОРМАТ НА ИНТЕРВЈУ

Сценарио „Туристички систем“

1. Според вашето искуство, како се променил „Туристичкиот систем“ и како се менува? Кои се главните фактори (двигатели) зад ова промена ? (производ/ процес иновации , технолошки , регулаторни фактори , глобализација , трошоци за работна сила , делокализација ...). Каква е улогата на вашиот организација променето во светлината на овие случувања ?
2. Во однос на овие промени, дали некои сектори од туристичкиот систем (угостителство, угостителство итн.) се повеќе погодени од другите?
3. Кои се (и ќе бидат) работните процеси во кои влијанијата од дигиталната транзиција се најочигледни?

Вештини и професионалност профили : тековни и прогнозирани потреби

4. Можете ли да посочите нови профили или нови вештини, исто така, во врска со еволуцијата предизвикана од дигиталните и зелените транзиции?
5. Кои работни содржини и задачи се промениле најзабележително? (Повеќе мануелни или когнитивни? *Во случај на поголема когнитивна посветеност, тоа се однесува на: решавање проблеми, истражување и обработка на податоци, комуникациски и аспекти на односи со други функции на компанијата...)*
6. Дали учествувате во програми за дуална обука (*Системот за дуална обука (СДО) е начин на спроведување обука кој комбинира теоретска и практична обука. Се нарекува „двојна“ бидејќи обуката се одвива на две места - училиштето и компанијата)*? Можете ли да наведете, без оглед на вашето учество, кои се главните критични прашања на овие програми?

Несовпаѓање

7. Дали постојат професионални личности и вештини кои, од ваша гледна точка, им се потребни на компаниите и за кои тие имаат тешкотии да ги пронајдат? Доколку е така, можете ли да ни кажете кои? (доколку е можно, наведете го и потребното ниво на образование/распространета област на експертиза)
8. Кои се главните причини зошто компаниите не се во можност да ги пронајдат овие професионални личности? (*Несоодветни вештини, мал интерес за професијата, недостаток на специјализирана обука, недостаток на привлечност на секторот...*)
9. Според ваше мислење, како можеме да интервенираме за да се справиме со тешкотијата во наоѓањето специфични професионални профили? (*Врска со системот за обука и образование, активирање на одредени методи за регрутирање итн.)*
10. Какви предлози мислите дека можете да дадете за системот за обука и образование? Што треба да се подобри?

7. АНЕКС 2 – ФОРМАТ НА ПРАШАЛНИК

Професионални и обучувачки потреби

од секторите „туризам“ и „гостителство“ -АНКЕТА

Име на компанијата	_____
Типологија на компанијата	☐ Гостопримство ☐ Кетеринг

(A) – ОПШТИ ПОДАТОЦИ

1 – Улога во друштвото на испитаникот

- ☐ Претприемач
☐ Директор
☐ Друго, наведете

2 – Локација на компанијата

(Б) ПОДАТОЦИ ЗА КОМПАНИЈАТА

4 - Колку вработени има во вашата компанија?

- ☐ 1 – Постојани вработени
☐ 2 – Вработени на определено време
☐ 3 – Сезонски вработени
☐ 4 – Чираци
☐ 5 – Семејни соработници
☐ 6 - Друго

Вкупно

5 – Период на отворање на компанијата

- ☐ годишен ☐ сезонски

**6 – Почетна година на
работењето на бизнисот**

**7 – Година на последно
реновирање**



Co-funded by the
European Union

ЕАСЕА – Еразмус+ Градење капацитети во стручното образование и обука, бр. 101092478 — VIRTU.AL

Поддршката од Европската комисија за производство на оваа публикација не претставува одобрување на содржината, која ги одразува само ставовите на авторите, а Комисијата не може да се смета за одговорна за каква било употреба што може да се направи на информациите содржани во неа.

(В) ПОЛИТИКИ ЗА РЕГУТИРАЊЕ

8 – Општо земено, кои од следниве канали ги користите за регрутирање на персонал?

- ☐ Јавни служби за вработување
- ☐ Приватни агенции за вработување
- ☐ Професионални фирми (адвокати, сметководители, консултанти за труд, итн.)
- ☐ Реклами во весници
- ☐ Мрежата на лични познаници (пријатели, роднини, други претприемачи итн.)
- ☐ Училишта
- ☐ Институции за стручно образование
- ☐ Трговски здруженија
- ☐ Апликациите примени од компанијата или личното претставување на работниците
- ☐ Агенции за вработување
- ☐ Бази на податоци
- ☐ Други канали, ве молиме наведете _____

(Г) ВОЗАЧИ ПРОМЕНА

9 - Кои фактори на промена очекувате дека ќе имаат идни ефекти врз вашата компанија и нејзината организација (максимум 3 опции)?

- ☐ Економска стагнација и контракција
- ☐ Недоверба во идната економска и социјална состојба
- ☐ Промени во преференциите на клиентите
- ☐ Развој на онлајн пазари и интернет продажба
- ☐ Нестабилни потрошувачи, нелојални на брендовите и производителите
- ☐ Слаб развој на производите за потрошувачки кредити
- ☐ Раѓање на нови производи/нови туристички дестинации
- ☐ Млада популација без достапност на приход што би се користел за потрошувачка
- ☐ Бавен дистрибутивен синџир со премногу средни чекори
- ☐ Бирократски и административни ограничувања за креирање интегрирани и диференцирани понуди
- ☐ Трошоците (персонал, генерали итн.) се превисоки
- ☐ Промени во трудовото законодавство
- ☐ Зголемување на локалната конкуренција
- ☐ Развој на мрежни комбинации
- ☐ Недостаток на понуда (кадар достапен за работа во секторот)
- ☐ Друго, наведете _____

10 – Во однос на сите промени наведени во претходното прашање, која од следниве стратегии за одговор компанијата планира да ја усвои или веќе ја усвоила?

	Стратегии	Да се посвои	Посвоено
1	Продуктивни договори со други компании во туристичкиот сектор		
2	Продуктивни договори со други компании во сектори надвор од туризмот		
3	Развој на политики за обука на внатрешен персонал		
4	Воведување на технолошки иновации		
5	Зголемување на обемот на производство		
6	Развој на нови форми на управувачка контрола		
7	Политики за ограничување на трошоците		
8	Развој на нови производи и/или нови производствени процеси		
9	Пребарувајте нови пазари различни од традиционалните		
10	Обука на нови регрути при влез		
11	Друго, наведете _____		
12	Нема стратегија		

(Е) ДВОЕН СИСТЕМ

11 - Дали верувате дека двојниот тип на обука (т.е. обука која се базира на наизменично менување на моменти за обука во „училница“ - во институција за обука - и моменти за практична обука во „работни контексти“, во компанија/ организација , што на тој начин ги фаворизира политиките за транзиција помеѓу светот на образованието/обуката и светот на работата) е корисна?

☐ Да

- ☐ Пана
- ☐ Не знам, никогаш порано не сум слушнал за „двојна“ обука (ако сте ја одбрале оваа опција, одете директно на прашање бр. 15)

12 - Дали некогаш сте вработиле персонал кој доаѓа од двојна патека за обука?

- ☐ да
- ☐ добро

13 - Општо земено, од вашето искуство и знаење, можете ли да ни кажете кои се главните критични проблеми на двојните патеки во туризмот?

- ☐ Студентите не се соодветно „подготвени“ во училницата за да се справат со практичното искуство во компанијата
- ☐ Часовите посветени на „практична активност“ не се доволни
- ☐ Компаниите немаат доволно време да контактираат со студентите
- ☐ Друго, ве молиме наведете _____

14 - Можете ли да ни ги дадете референците за двојните патеки за обука во туризмот што се организирани во областа?

Давател на обука _____

Наслов на курсот _____

Времетраење на курсот _____

Давател на обука _____

Наслов на курсот _____

Времетраење на курсот _____

(Ф) ПРОФЕСИИ И ВЕШТИНИ

Хотел (сместување) и кетеринг

15 – Врз основа на вашето искуство и во однос на вашите професионални потреби, во кои функционални области и за кои професионални вештини би било потребно да се подобри обуката за оние кои сакаат да работат во секторот?

	Специјализирани и технички вештини	Организациски вештини	Комуникациски и релациски вештини
Управување/Насока			
Високо ниво			
Средно ниво			
Ниско ниво			
Човечки ресурси			
Високо ниво			
Средно ниво			
Ниско ниво			
Маркетинг			
Високо ниво			
Средно ниво			
Ниско ниво			
Администрација			
Високо ниво			
Средно ниво			
Ниско ниво			
Информатичка технологија			
Високо ниво			
Средно ниво			
Ниско ниво			
Рецепција			

Високо ниво			
Средно ниво			
Ниско ниво			
Сместување			
Високо ниво			
Средно ниво			
Ниско ниво			
Ресторански салон			
Високо ниво			
Средно ниво			
Ниско ниво			
Кујна			
Високо ниво (готвач)			
Средно ниво			
Ниско ниво			
	Специјализирани и технички вештини	Организациски вештини	Комуникациски и релациски вештини
Бар			
Високо ниво			
Средно ниво			
Ниско ниво			
Одржување			
Високо ниво			
Средно ниво			
Ниско ниво			
Анимација			
Високо ниво			
Средно ниво			

Ниско ниво			
Спа и велнес			
Високо ниво			
Средно ниво			
Ниско ниво			
ГЛУВЦИ			
Високо ниво			
Средно ниво			
Ниско ниво			
Стабилименто спа			
Високо ниво			
Средно ниво			
Ниско ниво			
Друго, наведете _____			

Хотел (сместување) и кетеринг

16 – Наведете максимум 5 професионални вештини, меѓу следниве, кои треба да се учат главно преку „практична“ обука

Знаење	
Техники за управување со човечки ресурси	
Техники за контрола на економскиот менаџмент (аналитичко сметководство)	
Законодавство и техники за управување со даночно сметководство	
Техники за формулирање на буџетот на компанијата	
Техники за анализа на пазарот и конкурентите	
Техники за промоција на производи и маркетинг	
Техники за управување со економски и организациски односи во мрежни компании (синџири, франшизи итн.)	
Техники на табеларни пресметки (Excel или слични) и техники на обработка на текст (Word и други)	
Правилник за безбедност и здравје на работното место	
Техники за сметководствен внес	
Техники за одржување на индивидуални сметки (клиенти и добавувачи)	
Техники за контрола на паричниот тек (анализа на паричниот тек)	
Техники за оптимизација на приносот (Управување со приносот)	
Техники за распоред на продавници	
Техники за прием на клиенти	
Техники за презентирање на производот на клиентот	
Техники на продажба	
Техники за управување со жалби	
Техники за проценка на задоволството на клиентите	
Техники за управување со готовина	
Техники за контрола на квалитет за влезна стока	

Знаење	
Техники за одржување на залихите	
Техники за управување и одржување на комплети и постелнина	
Оперативни техники за реновирање и чистење на соби и заеднички простории	
Познавање на рецепти и начини на подготовка на оброци	
Техники за конзервирање храна	
Јазици	
Методи на интервенција за спречување на крајби	
Техники за управување со интернет-страници	
Техники и методи на управување со деловна организација	
Техники за пресметување на трошоците за труд и состав на „плати“	
Прописи поврзани со работните односи	
Правилник за работа на системите за социјално осигурување и осигурување и сродните услуги	
Друго, наведете _____	
Друго, наведете _____	
Друго, наведете _____	



(Г) ОБУКА ВО КОМПАНИЈАТА

17 – Дали сте имплементирале обуки за вашите вработени во последните три години?

- ☐ Да
- ☐ Пана

18 - Ако да, какви мислите дека се ефектите добиени од учеството во обуки? (Максимум две опции)

- ☐ Подобрени перформанси на човечките ресурси
- ☐ Зголемена мотивација/интерес за работа
- ☐ Подобрена бизнис клима
- ☐ Подобрена циркулација на информации во компанијата
- ☐ Зголемен капацитет за самокоординација и иницијатива во рамките на компанијата
- ☐ Иновација на процеси
- ☐ Подобрена контрола на трошоците
- ☐ Подобрена директна врска со клиентите
- ☐ Зголемена способност за трансфер на иновации во деловните процеси
- ☐ Ништо посебно
- ☐ Друго, ве молиме наведете _____